

Introducción

ACERCA DE

Enviado por : Luis Andrés Rivera Delgado

Publicado el : 2/3/2012 10:30:00

El Plan Operativo de Comunicaciones y Mercadeo de la Oficina de Comunicaciones, Relaciones Públicas y Mercadeo de la Universidad Católica Luis Amigó se entiende como el modo de conducir las acciones comunicativas y promocionales, de tal forma que se conviertan en una ruta que optimice los recursos de la triada Comunicación-Mercadeo-Publicidad, a partir de la concepción de ésta como un proceso transversal de apoyo a toda la dinámica institucional. Es una guía que se fundamenta en la promoción de los servicios, en la socialización de los hechos y acontecimientos de la Institución, y en la implementación de canales y medios de participación, de manera que permita la circulación de la información, el fortalecimiento de nuestra imagen, la divulgación de nuestra oferta educativa y la integración de los públicos internos y externos de la organización.