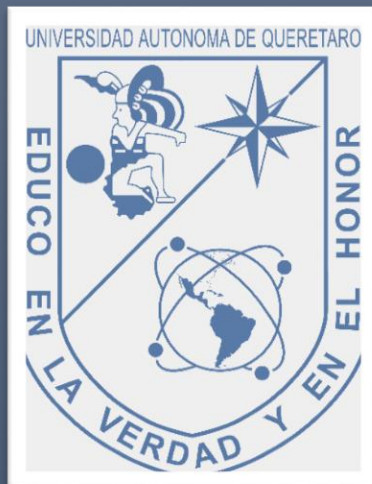


2022



ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Contenido

<u>Estrategia Anual de Comunicación Social</u>	3
<u>Misión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ)</u>	3
<u>Visión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ)</u>	3
<u>Objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social:</u>	5
<u>Objetivos institucionales:</u>	5
<u>Temas específicos que abordarán las Campañas del Programa anual de Comunicación Social:</u>	6
<u>Programa Anual de Comunicación Social:</u>	8
<u>Objetivo Institucional</u>	8
<u>Público objetivo:</u>	8
<u>Estrategias generales de difusión:</u>	9
<u>Campañas y subcampañas:</u>	9
<u>Programación:</u>	9
<u>CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL</u>	10
<u>EVALUACIÓN</u>	16

Estrategia Anual de Comunicación Social

Misión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ)

La Universidad Autónoma de Querétaro es una institución de Educación Media Superior y Superior de carácter pública, autónoma, socialmente responsable, con libertad de cátedra y funciones en docencia, investigación, vinculación y extensión. Su compromiso social se establece con el desarrollo integral de Querétaro, México y con el reconocimiento a nivel internacional. A través, de la formación profesional e integral de nuestras y nuestros profesionistas altamente calificados con un compromiso ciudadano hacia la sociedad. Con el objetivo de promover la igualdad, la equidad e inclusión educativa, así como, la erradicación de la violencia y la discriminación; el respeto al medio ambiente y fomentar la sustentabilidad.

En la investigación, como institución científica, generar conocimientos con alto sentido humanista, compromiso y responsabilidad social. Mientras que, en la extensión impulsar la preservación y el fomento del arte y la cultura; en vinculación con los diversos sectores que conforman la sociedad queretana, mantener una relación de respeto con el entorno, de bienestar y progreso, por medio, de la generación y aplicación del conocimiento bajo un modelo de desarrollo sustentable.

Así mismo, ofertar, divulgar, aplicar productos y servicios derivados del conocimiento científico, tecnológico, humanístico, de salud, artístico y cultural, para lograr la consolidación de una sociedad más justa, libre y plural con alto sentido de compromiso social.

Visión de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ)

La Universidad Autónoma de Querétaro, como institución pública de Educación Media Superior y Superior, mantiene su autonomía como pilar fundamental en el ejercicio y promoción de sus funciones sustantivas, de su calidad académica, su compromiso y responsabilidad social en un espacio cultural plural y de libre pensamiento.

Se destaca por ser una administración eficiente, austera, desconcentrada y transparente en el uso de sus recursos con rendición de cuentas, al establecer las perspectivas de la obligatoriedad, gratuidad y universalidad. Debido a la pandemia mundial, se promueve la educación en modalidad presencial, virtual, a distancia o híbrida con la implementación de Tecnologías de la Información y Comunicación; buscando la formación integral de las y los estudiantes basada en el desarrollo de valores con el fin de lograr una sociedad más igualitaria, equitativa, inclusiva, libre de violencia, responsable con el medio ambiente y la sustentabilidad, a través de la transversalización de dichas temáticas en los Programas Educativos.

Cuenta con Unidades Académicas y Administrativas certificadas y acreditadas, así como, con claras directrices y procedimientos para su aplicación en los ámbitos de organización de la docencia, investigación, extensión, vinculación y la administración de los recursos humanos y económicos. Del mismo modo, se mantiene como la mejor opción de Educación Media Superior y Superior en el estado, la región y con proyección nacional e internacional de sus Programas Educativos y de sus Cuerpos Académicos.

Por consiguiente, fortalece la extensión y la vinculación con la sociedad, con los sectores empresariales y gubernamentales para consolidar su labor institucional nacional e internacional. Finalmente, brinda servicios y ofrece productos como resultado de la generación del conocimiento para promover el bienestar social y sus egresados cuentan con un alto compromiso de servicio y responsabilidad social con el entorno y la comunidad.

ATRIBUTOS QUE COMPONEN NUESTRA VISIÓN

Una institución de excelencia que se caracteriza por contar con:

- Una planta académica conformada por profesores con altos niveles de capacitación y compuesta por:
 - a) una proporción importante de profesores de tiempo completo con niveles de doctorado en su formación en las diversas disciplinas académicas y los máximos perfiles de habilitación académica, con reconocimientos nacionales e internacionales que trabajan en redes de colaboración en el país y en el mundo.
 - b) con profesores por asignatura reconocidos profesionalmente y habilitados para la práctica docente en sus áreas disciplinares.
- Programas educativos de calidad y con pertinencia social con los mayores niveles de evaluación por organismos externos, tanto del país como del extranjero.
- Un modelo educativo centrado en el aprendizaje, que promueve en sus estudiantes la formación integral, fincada en elementos humanistas, lo mismo que el desarrollo de habilidades, competencias, actitudes y valores para el logro de los distintos saberes universalmente reconocidos y que cristalizan el hacer bien en todos los ámbitos de la vida social. Con un modelo pedagógico curricular que dote a los estudiantes de un conjunto de materias que formen parte del sello institucional (cultura, género, sustentabilidad, cultura física, idiomas, compromiso con la realidad social y ambiental).
- Instalaciones físicas suficientes, adecuadas y funcionales, con estándares internacionales, con accesibilidad para personas con discapacidad, sustentables y amigables con el medio ambiente.

- Con acervos bibliográficos y hemerográficos amplios, con recursos didácticos modernos y vastos medios de consulta de información, dotados con tecnología de vanguardia.
- Estudiantes formados para ser ciudadanos altamente capacitados, competentes, críticos, reflexivos, solidarios y conscientes de la delicada responsabilidad social que tienen como seres humanos en el mundo globalizado y con el país.
- Fuerte vinculación con su entorno, que atiende y promueve la solución de los grandes problemas locales y nacionales. Convertida en la conciencia social, con: a) voz autorizada y reconocida en el diseño y evaluación de las políticas públicas para promover un desarrollo humano y social equilibrado y justo, y b) aportaciones importantes en investigación científica y humanística, tanto a nivel básico como aplicado y con desarrollo tecnológico. Todo esto en los distintos campos del saber, con orientación hacia el desarrollo, a la generación del conocimiento y a la atención de los problemas de la localidad, de la región, del país y del mundo.
- Presencia en el territorio estatal, con programas educativos integrales, de calidad y con pertinencia social y regional para poder participar en el desarrollo regional.
- Con un programa fuerte de internacionalización de sus funciones sustantivas que facilita la movilidad estudiantil y de profesores, así como el establecimiento de redes de colaboración y vinculación en todos los campos del saber que cultiva.
- Con un amplio programa de bienestar social para los diferentes miembros de su comunidad en la promoción de acciones de equidad y justicia social.
- Con un vasto programa de rescate, preservación, creación y difusión de la cultura, reconociendo que el país proviene de una diversidad cultural amplia y al mismo tiempo que la cultura es un elemento central en el fortalecimiento de la identidad social del mexicano.
- Personal administrativo convencido de que su trabajo es fundamental para hacer de nuestra Universidad la mejor en el país.
- Una gestión altamente responsable tanto en la promoción para la obtención de los recursos como en el uso y cuidado de los mismos.
- En un esquema amplio de responsabilidad social, la Universidad Autónoma de Querétaro está comprometida con la transparencia en la realización de sus actividades, y en el manejo de sus recursos y la rendición de cuentas.
- Los valores que se promueven y se practican entre la comunidad universitaria son: la búsqueda de la verdad, la honradez en la práctica cotidiana, la tolerancia con los que piensan distinto, la búsqueda de la justicia y la solidaridad para con todos.

Objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social:

Ser el plan rector que exprese los temas institucionales prioritarios a ser difundidos durante el 2022.

Objetivos institucionales:

1. Que la UAQ sea identificada entre la población como una Institución plural, socialmente responsable, fuertemente vinculada con su entorno.
2. Que sea reconocida a nivel local, nacional e internacional la calidad de los estudiantes, profesionistas e investigadores de la UAQ.
3. Que los ciudadanos, conozcan las labores y el quehacer de la UAQ en los ejes académicos, de investigación, vinculación y extensión que realiza esta institución.
4. Que se conozcan las distintas convocatorias para integrarse a los diferentes programas educativos que oferta esta Institución.
5. Que contribuye a posicionar en la agenda mediática temas sociales pertinentes e inclusivos.
6. Que colabora con los diferentes ámbitos y niveles de gobierno, así como con la sociedad civil organizada para encontrar soluciones a los principales problemas sociales.
7. Que promueve una perspectiva de género, de respeto a los derechos humanos y de cultura de paz.

Temas específicos que abordarán las Campañas del Programa Anual de Comunicación Social:

- Información sobre el funcionamiento de la Universidad Autónoma de Querétaro; rendición de actividades de Rectoría y directores de Facultades.
- Convocatorias de ingreso a la oferta educativa en nivel medio superior y superior.
- Ceremonias de graduación y titulación de los diferentes niveles educativos.
- Convocatorias a programas de actualización de facultades o unidades académicas como la Escuela de Artes y Oficios.
- Felicitaciones, esquelas y condolencias.
- Resultados de convocatorias de ingreso de licenciaturas y Escuela de Bachilleres.
- Promoción de valores, principios y derechos desde la Universidad.
- Promoción de campañas de voluntariado, educación y salud.
- La reforma a la legislación universitaria.
- Actividades sociales, políticas o culturales organizadas por las facultades, unidades administrativas, escuelas o instancias universitarias.
- Resultados de proyectos de investigación encabezados por estudiantes y docentes de la UAQ, o de programas de fomento a la investigación.
- Posiciones en los rankings, certificaciones, acreditaciones y premios a miembros de la comunidad universitaria; o que otorgue la UAQ a personajes destacados de la sociedad.
- Promoción de servicios de extensión y vinculación.
- Actividades relacionadas con el deporte universitario.
- Actividades relacionadas con la promoción de las lenguas nacionales y el patrimonio histórico.
- Sesiones del H. Consejo Universitario.

- Acciones emprendidas desde la Administración Central para el mejoramiento de la convivencia de la comunidad universitaria, externos y usuarios en las instalaciones universitarias.
- Acontecimientos y temas sociales relevantes desde una perspectiva de género, derechos humanos y cultura de paz.

Programa Anual de Comunicación Social:

Objetivo Institucional

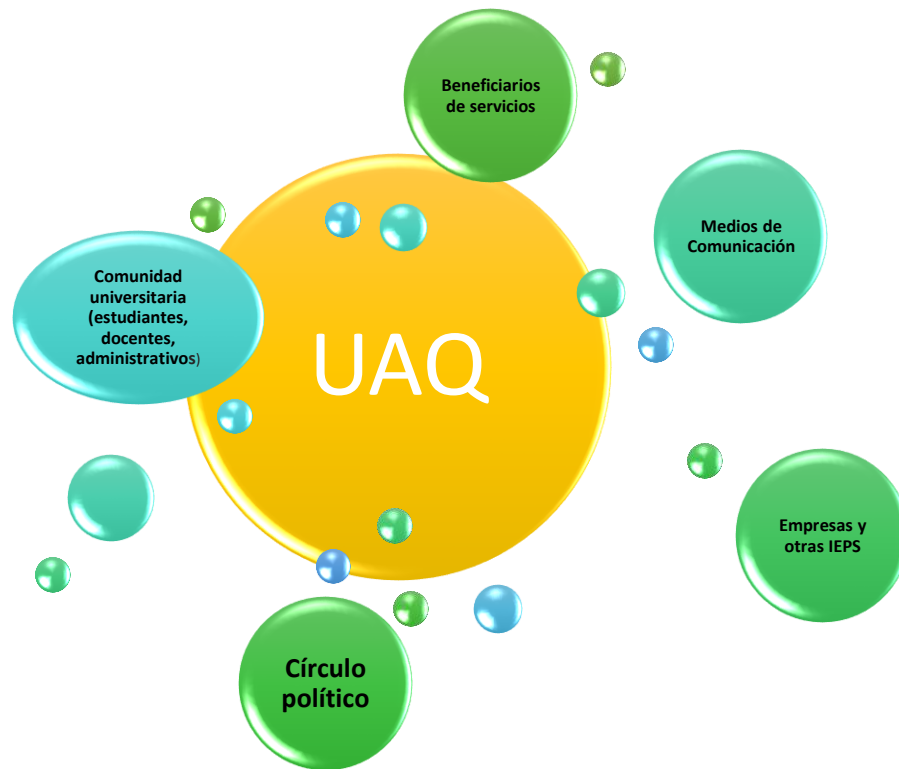
Como entidad pública, la Universidad Autónoma de Querétaro está obligada a desarrollar sus actividades bajo los ejes sustantivos de docencia, investigación, vinculación y extensión; esto, de acuerdo con el Estatuto Orgánico de la Institución, que en su artículo 14 se establece lo siguiente:

ARTÍCULO 14. La Universidad tiene por objeto: I. Impartir, con validez oficial, educación en los tipos, niveles, modalidades, formas y grados que se señalan en el artículo siguiente, procurando que la formación de profesionales corresponda a las necesidades de la sociedad. II. Organizar y desarrollar actividades de investigación humanística y científica, atendiendo primordialmente a los problemas estatales, regionales y nacionales y con relación a las condiciones del desenvolvimiento científico e histórico; III. Preservar y difundir la cultura; IV. Prestar servicios a la comunidad de acuerdo con sus posibilidades; y V. Actuar como agente de cambio y promotor social a través de sus tareas sustantivas. (Estatuto Orgánico UAQ, 2007)

La comunicación estratégica del organismo pues, debe ir dirigida a ayudar a cumplir con este objetivo; ya que, sin comunicación, la Institución estaría limitada en cuanto a sus alcances y significado. Esta labor debe conducirse con profesionalismo y adecuándose al constante cambio en las necesidades de las audiencias.

Público objetivo:

Las campañas y acciones de comunicación estarán dirigidas a los siguientes públicos, cuya calibración podrá realizarse más adelante a través de los instrumentos pertinentes:



Estrategias generales de difusión:

- Se emplearán medios de comunicación masiva “tradicionales” (prensa diaria, semanal, quincenal y mensual), radio y televisión, junto con medios alternativos como portales de noticias, redes sociales e internet en general.
- Se mantendrá presencia anual en los medios de comunicación, a través de pocas publicaciones pagadas y un mayor número de instrumentos como ruedas de prensa, entrevistas y boletines.
- Se utilizarán los medios de comunicación universitarios: Radio Universidad, TvUAQ y Pulso Universitario.
- Vinculación externa e interna a través de las redes sociales de la Universidad.

Campañas y subcampañas:

Los mensajes alineados con los objetivos de la Universidad Autónoma de Querétaro se articularán en campañas y subcampañas, tal y como lo establece la Ley General de Comunicación Social. Cada descripción de Campaña contiene una temática, fechas de aplicación, objetivos, metas, presupuesto estimado y estrategias de comunicación.

Programación:

Algunas de las campañas y publicaciones que se organizan en la Universidad Autónoma de Querétaro sí tienen fechas definidas, como las convocatorias y la publicación de resultados; sin embargo, en su mayoría son de carácter permanente y responden a los temas coyunturales.

CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Campaña Convocatoria ingreso a Escuela de Bachilleres, Licenciaturas, posgrado, programas de actualización de Facultades o unidades académicas	
Temática	Procedimientos y requisitos para ingresar a alguno de los programas educativos que oferta la UAQ
Fecha:	Julio y octubre (y las fechas que establezcan las Facultades o unidades académicas, dependiendo del caso)
Objetivos:	Estimular la participación de la ciudadanía para que acceda al servicio educativo de la Universidad Fijar las reglas y el puntaje necesario para acceder a los programas académicos, de capacitación, profesionalización o actualización de la UAQ
Metas de resultados:	Ocupar todos los lugares disponibles en los programas educativos Acercar las convocatoria a la población de todo el estado de Querétaro
Presupuesto:	\$100,000
Acciones comunicativas:	Inserciones pagadas en medios impresos Página WEB institucional Redes sociales de la UAQ

Campaña Rendición de cuentas de Rectoría	
Temática	Informe de actividades de la Dra. Teresa García Gasca
Fecha:	Febrero (respetando fechas y plazos de la legislación correspondiente)
Objetivos:	Difundir los logros y retos de la administración central de la UAQ, a lo largo de un año de funciones
Metas de resultados:	Dar máxima difusión a las acciones emprendidas por la Rectoría y los objetivos del siguiente año.
Presupuesto:	\$50,000.00
Acciones comunicativas:	Publicación de boletines de prensa Página WEB institucional Banners en sitios de internet de la UAQ Publicación de videos Spots en Radio UAQ 89.5 Spots en TvUAQ Espectaculares

Campaña Resultados de ingreso a Licenciaturas y Escuela de Bachilleres	
Temática	Puntajes necesarios para ingresar a alguno de los programas educativos que oferta la UAQ y procedimiento de inscripción
Fecha:	agosto y diciembre ((y las fechas que establezcan las Facultades o unidades académicas, dependiendo del caso)
Objetivos:	Estimular la participación de la ciudadanía para que acceda al servicio educativo de la Universidad Fijar las reglas y el puntaje necesario para acceder a las licenciaturas de la UAQ
Metas de resultados:	Ocupar todos los lugares disponibles en los programas educativos Disminuir las quejas por falta de claridad en los procesos de admisión
Presupuesto:	\$100,000
Acciones comunicativas:	Inserciones pagadas en medios impresos Página WEB institucional Redes sociales de la UAQ

Campaña General de Difusión de actividades de la UAQ	
Temática	Promoción de actividades sociales, políticas, culturales y académicas organizadas por las Facultades, unidades administrativas, escuelas o instancias universitarias.
Fecha:	Permanente a lo largo del año
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir información sobre el funcionamiento de la UAQ. • Promocionar valores, principios y derechos desde la Universidad. • Difundir las campañas de voluntariado, educación y salud que organiza la Casa de Estudios. • Dar a conocer posiciones en los rankings, acreditaciones, certificaciones y premios a miembros de la comunidad universitaria. • Promover servicios de extensión y vinculación. • Difundir actividades relacionadas con la cultura y el deporte universitarios. • Informar sobre los acuerdos tomados en las sesiones de H. Consejo Universitario
Metas de resultados:	Conseguir el máximo impacto noticioso en los medios de comunicación
Presupuesto:	\$200,000
Acciones comunicativas:	Diseño de subcampañas para cada uno Página WEB institucional Publicación de videos Notas en Radio Universidad y TvUAQ Envío de boletines de prensa Concertación de entrevistas en medios impresos y electrónicos

Campaña Esquelas y Mensajes Extraordinarios	
Temática	Información relevante sobre una situación de carácter emergente o coyuntural no previsible
Fecha:	Sin especificar
Objetivos:	Atender a los miembros de la comunidad universitaria en materia de difusión de mensajes varios. Informar de manera oportuna sobre sucesos extraordinarios y relevantes, ocurridos al interior de la comunidad universitaria.
Metas de resultados:	Fomentar la integración entre los miembros de la comunidad universitaria, apuntando al bienestar colectivo; mostrando una imagen de cercanía por parte de las autoridades universitarias.
Presupuesto:	\$50,000
Acciones comunicativas:	Publicación de comunicados, desplegados, esquelas, condolencias y felicitaciones en medios impresos Publicación de esquelas, condolencias y felicitaciones en redes sociales de la UAQ

Campaña Universidad socialmente responsable	
Temática	Promoción de proyectos de investigación encabezados por estudiantes y docentes de la UAQ o de programas de fomento a la investigación
Fecha:	Permanente, semanal (exceptuando periodos vacacionales de la Universidad)
Objetivos:	Difundir los logros y retos de las diferentes Facultades y Escuelas en materia de investigación científica aplicada a resolver problemas sociales. Que los ciudadanos conozcan oportunamente de los resultados que la UAQ tiene, en materia de producción de investigación.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0
Acciones comunicativas:	Publicación de boletines de prensa en medios impresos Difusión en redes sociales de la UAQ

Gaceta UAQ	
Temática	Publicación mensual que integra las actividades más relevantes del mes, brinda un espacio de columnas de opinión y difunde los proyectos y quehacer universitario. Cuenta con 11 secciones que contemplan: investigación, cultura, deporte, historia, egresados, raíces, planteles, salud y publicidad institucional
Fecha:	Permanente, mensual
Objetivos:	Difusión institucional de proyectos y quehacer universitario.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$44,594.81 mensuales
Acciones comunicativas:	Publicación de revista

Campaña Somos UAQ	
Temática	Celebración Autonomía, Festejos y Efemérides Universitarias. Conmemoraciones nacionales e internacionales que reflejen valores.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Generar un sentido de pertenencia en alumnos, egresados, docentes y trabajadores de la UAQ; mediante diferentes publicaciones y plataformas que permitan, rescatar la Historia Universitaria, los símbolos y valores UAQ, además de generar vinculación e integración entre la comunidad universitaria.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Publicaciones, videos, imágenes, infografías, tarjetas Online Difusión en redes sociales de la Universidad

Mascotas Universitarias	
Temática	Mascotas Universitarias Maju y Dän
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Por medio de los Gatos Salvajes, generar un sentido de identidad en alumnos, egresados, docentes y trabajadores de la UAQ; mediante diferentes publicaciones que generen vinculación e integración entre la comunidad universitaria.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Publicaciones, videos, imágenes, infografías, tarjetas Online Difusión en redes sociales de la Universidad

Xhani	
Temática	Reconocimiento a los docentes y su quehacer en la formación de los estudiantes universitarios.
Fecha:	Anual
Objetivos:	Reconocer el esfuerzo dedicado a la academia y la contribución en el desarrollo de nuestra institución con el Galardón Xahni UAQ. Un reconocimiento anual a los profesores mejor evaluados por la comunidad estudiantil, en cada Facultad
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Publicaciones, videos, imágenes, infografías, tarjetas Online

UAQ PARA NIÑOS	
Temática	Promoción de la conexión de los niños con la Universidad.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Integración de pequeños a los proyectos y programas institucionales pertinentes, mediante las mascotas universitarias
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Ilustraciones, videos, mupis. Online y BTL. Difusión en redes sociales de la Universidad

Género UAQ	
Temática	Contenidos que promuevan la igualdad entre mujeres y hombres, así como erradicar roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género, familiar o motivada por origen étnico.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Promover la igualdad, la equidad y la no discriminación. Consolidar imagen de la Universidad como socialmente responsable.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Ilustraciones, videos. Online y BTL. Difusión en redes sociales de la Universidad

Videos Institucionales	
Temática	Difundir, promover o invitar a la comunidad a conocer los proyectos, eventos o mensajes que la Universidad quiera posicionar.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Consolidar imagen de la Universidad como socialmente responsable.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Elaborar videos institucionales para diferentes eventos y unidades académicas Difusión en redes sociales de la Universidad Video cine. Somos UAQ. Memoria UAQ

Convocatorias institucionales	
Temática	Difundir, promover e invitar a la comunidad a participar en proyectos institucionales que involucren posicionar o generar un sentido de pertenencia.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Consolidar imagen de la Universidad como socialmente responsable.

Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Online e impresa. Difusión en redes sociales de la Universidad

Pulso Universitario	
Temática	Publicación mensual que integra las actividades más relevantes de las diferentes facultades y escuela de bachilleres de la UAQ.
Fecha:	Permanente, mensual
Objetivos:	Comunicación social y difusión del quehacer universitario.
Metas de resultados:	Mantener a la comunidad universitaria y a la sociedad en general informada sobre las actividades, proyectos e investigaciones de la UAQ
Presupuesto:	\$52,000.00
Acciones comunicativas:	Publicación de periódico

Campañas de sensibilización	
Temática	Difundir, promover o invitar a la comunidad a conocer los proyectos, eventos o mensajes que la Universidad quiera posicionar.
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Consolidar imagen de la Universidad como socialmente responsable.
Metas de resultados:	Incrementar la percepción de la UAQ como uno de los mejores centros de investigación del país y a nivel internacional.
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Elaborar videos institucionales para diferentes eventos y unidades académicas Difusión en redes sociales de la Universidad Video cine. Somos UAQ. Memoria UAQ

Campaña Reforma a la legislación universitaria	
Temática	Difundir, promover e invitar a participar a la comunidad a la reforma a la legislación Universitaria
Fecha:	Permanente
Objetivos:	Comunicación social y procesos de legislación
Metas de resultados:	Mantener a la comunidad universitaria y a la sociedad en general informada sobre las actividades y proyectos de la reforma a la legislación UAQ
Presupuesto:	\$0.00
Acciones comunicativas:	Difusión en redes sociales y en medios universitarios

EVALUACIÓN

En primera instancia, la evaluación de las campañas implementadas puede hacerse a través del Análisis de Impacto mediático, en donde, de forma semanal, se mide estadísticamente el impacto de las mismas; y se toman en cuenta variables como cantidad de menciones, top stories, calificación de la información, actor principal, y origen de la información, por mencionar algunas.

Se hace un monitoreo y en caso de ser necesario se hacen ajustes para alcanzar los objetivos planteados.

En segundo momento, se pueden instrumentar estudios de opinión para conocer el nivel de conocimiento e impacto en los públicos objetivo; así como la percepción que se tiene de esta Casa de Estudios y la efectividad de la mezcla de medios que se utiliza para dar difusión a las campañas.