



INFORME DE NECESIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

1. ANTECEDENTES

El artículo 27 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone que: “La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional”.

El artículo 350 ibídem que: “El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo”.

Mediante Ley publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 145 de 17 de diciembre de 2013, fue creada la Universidad de las Artes, como institución de educación superior de derecho público, sin fines de lucro, con personería jurídica propia, con autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde a los principios establecidos en la Constitución de la República y la Ley Orgánica de Educación Superior.

Mediante resolución No. TE-TELETRABAJO-2020-023 de 21 de diciembre de 2020, el Tribunal Electoral de la Universidad de las Artes, en su artículo primero declara: como ganadores del proceso de elecciones de la Universidad de las Artes a Rector(a), Vicerrector(a) Académico(a) y Vicerrector(a) de Posgrado e Investigación en Artes para el periodo del 1 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2025, a los siguientes: Rector(a): William Aníbal Herrera Ríos, Dr.; Vicerrector(a) Académico (a): Bradley Hilgert; PhD. Vicerrector(a) de Posgrado e Investigación: Olga del Pilar López Betancur, Dra.

2. SITUACIÓN ACTUAL

La Universidad de las Artes recibe solicitudes de todas las unidades académicas y agregadoras de valor de nuestro estatuto de la Universidad de las Artes, para promocionar todas las carreras de grado y de posgrado, de la Direcciones que están tomando presencia en actividades en la comunidad: Educación Continua, programación de la Biblioteca, del Centro de Producción e innovación y otras. Nuevas maestrías de posgrado como la nueva maestría



en Artes Escénicas, Maestría de Artes Digitales, en nuevos medios y las maestrías con cohortes para abrir en abril del 2022.

Al tratarse de la única Universidad Pública en Especializada en Artes en el país, es imperioso consolidar su imagen y posicionamiento en el medio a través de artículos promocionales que reflejen el logo de la Universidad y estar planteadas en diferentes insumos que la Universidad utiliza en su acercamiento a otras Universidades, y a la Comunidad. La idea principal es transmitir que las artes producen conocimiento y así llegar a nuevos públicos lo cual configura nuevas necesidades.

3. REQUERIMIENTO

La Dirección de Comunicación solicita la contratación del servicio de ELABORACIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

4. OBJETIVO DE LA CONTRATACIÓN

Promocionar a la Universidad de las Artes, así como sus actividades, eventos, valores institucionales y objetivos mediante a través de material promocional producido con la marca Universidad de las Artes.

5. JUSTIFICACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

a Dirección de Comunicación de la Universidad de las Artes (UARtes), como parte de sus responsabilidades y atribuciones, tiene a cargo el desarrollo de estrategias comunicacionales para posicionar la institución y promocionar su oferta académica y las distintas actividades que se generan desde todas sus escuelas y áreas.

Los artículos promocionales constituyen parte de una estrategia que ayuda a la promoción y posición de la universidad, tanto en el grupo objetivo nacional como internacional. Por ello se requiere la “ELABORACIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD DE LAS ARTES”, para proveer a la comunidad universitaria y a sus diferentes públicos ítems corporativos propios de la universidad.

5.1. BENEFICIO

La Universidad de las Artes tendrá como beneficio, la proyección, visualización, circulación, posicionamiento, y consolidación de su imagen institucional, su oferta académica de grado y posgrado con lo cual se podrá situar como una institución prominente en el campo de la Educación Superior.

5.2. EFICIENCIA O EFECTIVIDAD

Las marcas y las instituciones que quieren darse a conocer a su medio local e internacional, deben contar con insumos y productos promocionales que muestren su marca para ser más visibles.



En momentos donde lo digital ha tomado importancia, es importante considerar el no dejar de lado los productos físicos los cuales aún siguen teniendo importancia para la consolidación de la marca institucional

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Dirección de Comunicación, recomienda y concluye contratar el servicio de ELABORACIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL PARA LA UNIVERSIDAD DE LAS ARTES a fin de:

- Dar a conocer sobre la UArtes y sus programas para establecer y consolidar vínculos con sus grupos objetivos.
- Informar sobre las actividades académicas de la UArtes.
- Fortalecer interés público (comunidad, artistas, gestores culturales) por la gestión que desarrolla la universidad.
- Fortalecer el interés del público por la gestión que desarrolla la UArtes.
- Visibilizar la imagen institucional de la Universidad en los diferentes espacios en los que interviene
-

Elaborado:

Aprobado:

Nombre: Damián Alejandro Rosero Cazar
Cargo: Asistente Administrativo 2

Nombre: Susan Romero
Cargo: Directora de Comunicación