



Universidad Nacional Autónoma de México
Dirección General de Comunicación Social

Programa Anual de Comunicación Social
2020

Misión

Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad mexicana, de las actividades que la propia Universidad Nacional Autónoma de México lleva a cabo en las áreas sustantivas que le han sido encomendadas y que le permiten cumplir con su objetivo fundamental.

Visión

Ser modelo de honestidad, equidad, veracidad y oportunidad en la proyección de la imagen de la UNAM.

Para ello, el personal que labora en la Dirección General de Comunicación Social, se basa en los principios y valores universales de: Colaboración, compromiso, equidad, honestidad, innovación, lealtad, oportunidad, responsabilidad, transparencia y veracidad.

Objetivo de la estrategia de comunicación social

Mantener informada a la comunidad universitaria, y a la sociedad mexicana en general, del quehacer académico, científico, tecnológico, cultural, deportivo y de gobierno de la Universidad, así como de los avances y logros que la Institución realiza en beneficio de la comunidad nacional e internacional.

Los medios que se utilizarán para dar cumplimiento al objetivo de la estrategia de comunicación social son los siguientes:

PROPUESTA 2020	
PARTIDA 221	
PRESUPUESTO ASIGNADO	\$ 16,000,000.00
CUENTA POR PAGAR	\$ 580,189.45
TOTAL POR EJERCER	\$ 16,580,189.45
PROPUESTA DE INVERSIÓN 2020	
RADIO	\$ 2,680,000.00
TELEVISIÓN	\$ 3,034,000.00
CINE	\$ 1,410,000.00
PRENSA	\$ 2,327,000.00
REVISTAS	\$ 920,189.45
DIGITAL	\$ 6,209,000.00
VALOR DEL EJERCICIO ANUAL	\$ 16,580,189,45