



Publicidad institucional Ficha básica de campaña de publicidad		Código de campaña	Tramitación (Intervención)	
			<input type="checkbox"/> Subcampañas <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA				
Denominación de la campaña				
Órgano solicitante				
Responsable de la campaña				
Nombre y apellidos				
Cargo		Correo-e		Ext.
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA				
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña		
Institucional	<input type="checkbox"/>			
Corporativa	<input type="checkbox"/>			
Servicio público	<input type="checkbox"/>			
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>			
Cultural	<input type="checkbox"/>			
Social	<input type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña				
Grupos objetivos de la campaña				
Ámbito de influencia				
Duración		Previsión de inicio		
Anual	<input type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre	<input type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre	<input type="checkbox"/>	
Determinada	<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre	<input type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA				
Creatividad publicitaria	<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales		Publicidad en internet		
Radio	<input type="checkbox"/>	Diarios digitales	<input type="checkbox"/>	
Prensa	<input type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	<input type="checkbox"/>	
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales	<input type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)	<input type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE INVERSIÓN PUBLICITARIA				