

	Gestión de Mercadeo y Publicidad	Código	PPI.DP-02 v.01
		Página	1 de 7

1. Objetivo y Alcance

Describir los criterios requeridos para la promoción y el mercado de la oferta de los programas de posgrado que cumplen con los requisitos definidos por la Universidad de Pamplona.

Inicia con la Planificación para la gestión de mercadeo y publicidad de los Programas Académicos de Posgrados y termina con el trámite de solicitud.

2. Responsable

El responsable de la adecuada aplicación y ejecución del presente documento, es el (la) Líder del Proceso de Posgrados de la Universidad y el funcionario(a) encargado(a) del mercadeo.

3. Definiciones

3.1 Oferta

Es el número de programas de posgrados que cuentan con registro calificado para poder promocionarlos a nivel local, regional y nacional.

3.2 Mercadeo

Es la función de planear y promocionar la oferta de programas de posgrado y poder dar cumplimiento a las necesidades de la comunidad local, regional y nacional.

3.3 Publicidad

Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y técnicas de propaganda.

Las demás definiciones que aplican para el presente procedimiento se encuentran contempladas en la Norma NTC ISO 9000: vigente. Fundamentos y Vocabulario.

Elaboró		Aprobó		Validó	
Firma Raúl Augusto Leal Castro		Firma Julia Carolina Castro Maldonado		Firma Jhon Arvery Arenas	
Fecha	12 de Agosto del 2020	Fecha	02 de diciembre de 2020	Fecha	22 de diciembre de 2020

	Gestión de Mercadeo y Publicidad	Código	PPI.DP-02 v.01
		Página	2 de 7

1. Contenido

N° DE ACTIVIDAD	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE
1	PLANIFICACIÓN PARA LA GESTIÓN DE MERCADEO Y PUBLICIDAD DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS DE POSGRADO.		
1.1	<p>Inicia con la recepción en medio físico y/o digital de la información respectiva de cada programa académico de posgrados, esta información comprende.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo del Consejo Superior, por el cual se crea el programa académico de posgrado. • Resolución del MEN por el cual se autoriza el funcionamiento del programa académico de posgrado. • Resolución del MEN del registro calificado del programa académico de posgrado. • Plan de estudios aprobado por el Consejo Académico. • Entre otra documentación y/o normatividad tanto interna como externa necesaria para conocimiento del personal de apoyo en la gestión del mercadeo y publicidad y de los aspirantes a los programas académicos de posgrados. <p>La preparación, actualización y documentación constante de esta información, es insumo importante para el buen desempeño del personal de apoyo de mercadeo y publicidad que presta el servicio de información, asesoría y acompañamiento a los aspirantes de los diferentes programas de posgrado ofertados.</p> <p>Con la información contenida en la base de datos de preinscritos, e inscritos del aplicativo academusoft, y a las empresas, entidades, e instituciones en general, con el objetivo de brindar mayor información de los Programas Académicos de Posgrados.</p> <p>El grupo de mercadeo y publicidad se reúne mensualmente realizando un estudio del mercado al cual ofrecer los programas académicos y/o para dar informe y avance al Líder del Proceso División Administrativa de Posgrados, y proyecta la campaña a realizar según estudio realizado de la oferta y/o demanda de los sectores productivos dejando constancia en el FAC-08 “Acta de Reunión” y en el FPI.DP-03 “Gestión de Mercadeo y Publicidad – Planificación Visita a Empresas, Entidades e Instituciones”.</p>	1 hora	División Administrativa de Posgrados Personal de Mercadeo
2	PROMOCIÓN Y MERCADEO		
2.1	<p>La División Administrativa de Posgrados abre al público la oferta a los diferentes programas de Posgrado que cuenten con Registro Calificado, según el calendario académico establecido.</p> <p>Se procede a ofertar los programas de posgrado por diferentes medios como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portal institucional - Subportal y redes sociales (Marketing digital) División Administrativa de Posgrados. - Emisoras Unipamplona (programa radial proyectándonos) - Material impreso. 	1 hora	División Administrativa de Posgrados Personal de Mercadeo



Gestión de Mercadeo y Publicidad

Código PPI.DP-02 v.01

Página 3 de 7

	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas empresariales. - Base de datos de egresados y empresariales - Participación en eventos. - Convenios y alianzas interinstitucionales 		
2.2	<p>El personal de mercadeo inicia con la recepción en medio físico y/o digital de la información respectiva de cada programa académico de posgrado a ofertarse. La información comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo del Consejo Superior, por el cual se crea el programa académico de posgrado. • Resolución del Ministerio de Educación Nacional del registro calificado del programa académico de posgrado. • Plan de estudios aprobado por el Consejo Académico. • Documentación y/o normatividad tanto interna como externa necesaria para el conocimiento del personal de apoyo en la gestión del mercadeo y publicidad y de los aspirantes a los programas académicos de Posgrados. <p>NOTA: La preparación, actualización y documentación constante de ésta información es insumo importante para el buen desempeño del personal de apoyo de mercadeo y publicidad que presta el servicio de Información, asesoría y Acompañamiento a los aspirantes de los diferentes programas de posgrado.</p> <p>Se realiza planificación de visitas a entidades con cita previa, se diligencia el formato FPI.DP-03 “Gestión de Mercadeo y Publicidad - Planificación Visitas a Empresas, Entidades e Instituciones”.</p> <p>En el momento que se realizan visitas a empresas, instituciones educativas, entidades privadas y oficiales, los participantes a las reuniones diligencian el formato FPI.DP-05 “Gestión de Mercadeo y Publicidad - Asistencia del Personal Durante la Visita a la Gestión de Mercadeo”, con la finalidad de recopilar información de aspirantes.</p> <p>Como resultado de las visitas a las empresas, instituciones educativas, entidades se recopila información de datos de personas participantes para el posterior envío de información detallada de la oferta de los posgrados</p> <p>Ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valor del programa. - Ciudades a ofertar el programa. - Descuentos a los que puede acceder. - Pensum académico. - Perfil del Egresado. - Duración del programa en semestres <p>Cada vez que se realice una visita se debe diligenciar por parte del representante de la empresa o institución el formato FPI.DP-06 “Gestión de Mercadeo y Publicidad - Formulario de Constancia de Visita a Empresas, Entidades y/o Instituciones” en el cual se evalué el cumplimiento de la reunión planificada.</p>	Permanente	<p>Directores de programas de posgrados</p> <p>División Administrativa de Posgrados</p> <p>Personal de Mercadeo</p>
1.3	<p>ATENCIÓN DEL ASPIRANTE INTERESADO EN LOS SERVICIOS DE POSGRADOS.</p> <p>La atención al aspirante se realiza en las siguientes Modalidades:</p>		Personal de

	Gestión de Mercadeo y Publicidad	Código	PPI.DP-02 v.01
		Página	4 de 7

	<p>Personal: cuando el aspirante se acerca a las instalaciones de la Universidad de Pamplona o se realizan campañas de mercadeo en otras instituciones de manera personalizada, se detalla la información de la oferta académica de posgrados.</p> <p>Telefónica: los aspirantes se comunican a la Universidad de Pamplona a través de teléfono institucionales, en este tipo de acompañamiento se le solicitan datos al aspirante en el formato FPI.DP-04 “Gestión de Mercadeo y Publicidad Telemercadeo de los Programas de Posgrados”, como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre Completo - Nombre Programa de interés - Teléfono de contacto - Correo electrónico. <p>Con los datos solicitados se envía toda la información relacionada con el programa en el cual se encuentra interesado.</p>	Permanente	Mercadeo División Administrativa de Posgrados
3	PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE POSGRADOS A LOS EMPLEADOS EN DIFERENTES EMPRESAS ENTIDADES E INSTITUCIONES		
3.1	<p>Previo al Telemercadeo y de la revisión y aprobación del FPI.DP-03 “Gestión de Mercadeo y Publicidad – Planificación Visita a Empresas, Entidades e Instituciones”, se visita a las empresas, entidades e instituciones programadas por el grupo de mercadeo para brindar información de la oferta académica de los programas de posgrados de la Universidad de Pamplona</p> <p>La atención de los asistentes se logra por medio de diapositivas, plegables, y asistencia en la cual se recopilan los datos como: Nombre, Cargo o Rol en la Empresa o institución, teléfonos de contacto, correo electrónico y nombre del programa académico de posgrado al cual el aspirante se muestra interesado, relacionando esta información en el FPI.DP-05 “Gestión de Mercadeo y Publicidad – Asistencia del Personal Durante la Visita a la Gestión de Mercadeo”</p> <p>Copia de esta programación y asistencia son remitidas en archivo digital al líder del Proceso de División Administrativa de Posgrados, para su revisión y fines respectivos.</p>	Permanente	Personal de Mercadeo
4	ACOMPANIAMIENTO DE LOS ASPIRANTES PARA LA INSCRIPCIÓN EN LÍNEA A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB INSTITUCIONAL		
4.1	<p>Inicia con el ingreso a la página WEB Institucional de Nuestra Universidad, link posgrados, inscripción en línea acompañando y orientando al aspirante los pasos para realizar la preinscripción virtual.</p> <p>Luego se procede a realizar el contrato de inscripción en línea desplegando la pestaña de opciones del Tipo de Documento ubicando el correspondiente a la naturaleza del documento luego procede a digitar el número de su documento de identidad y clic en el botón de aceptar.</p> <p>Luego se procede a diligenciar los campos de información del aspirante y los datos de estudios realizados, Continúa con el proceso dando clic en el botón agregar previa verificación de la información.</p> <p>En caso de rectificar la información se selecciona la información</p>	1 Hora	Personal de Mercadeo



Gestión de Mercadeo y Publicidad

Código PPI.DP-02 v.01

Página 5 de 7

	<p>que se desea modificar dando clic en el botón eliminar</p> <p>Seleccionamos el programa inscrito y le damos Inscribir Programa.</p> <p>Posteriormente, se presenta el Detalle del Formulario de Inscripción, según información gestionada por el usuario.</p> <p>Para finalizar el procedimiento de inscripción en línea, se presenta el pantallazo de Liquidación de la Inscripción y damos clic en la referencia de pago y luego en el botón Continuar. Este genera la liquidación en formato PDF., que debe ser cancelada por el aspirante en las fechas, bancos y valores referenciados en el documento, se imprime y se entrega el recibo de liquidación de inscripción al aspirante.</p>		
4.2	<p>Después de realizar el pago por derecho de inscripción el aspirante procede a cargar los documentos estipulados, como se enuncia en los requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none">•Comprobante de pago realizado por concepto de inscripción en formato PDF.•Formulario de Inscripción debidamente diligenciado, firmado y con foto en formato PDF.•Foto fondo Azul tamaño 3x4 [cm] en formato JPG.•Documento de identidad ampliado al 150% en formato PDF.•Acta o Título del pregrado formato PDF•Certificado Original de Notas (de ser egresado de la Universidad de Pamplona se presenta extendido de notas) formato PDF.•Certificado electoral que corresponda al proceso electoral más reciente (Opcional) <p>NOTA: el aspirante que requiera la orientación en el proceso de pre inscripción, inscripción y matrícula financiera, los funcionarios de la División Administrativa de Posgrados acompañaran brindando instrucciones para llevar con éxito el proceso.</p>	Permanente	Personal de Mercadeo
4.3	<p>En el caso del personal que desee acceder a los beneficios que la Universidad de Pamplona contemple: Debe anexar carta de solicitud de descuento por motivo de docente ocasional o funcionario administrativo de planta.</p>	1 Hora	División Administrativa de Posgrados. Personal de Mercadeo
5	APOYO LOGÍSTICO A LOS DOCENTES DE PROGRAMAS DE POSGRADOS		
5.1	<p>El apoyo logístico a los docentes se realiza en la asignación de salones la cual se procede avisando a los estudiantes telefónicamente y por correos electrónicos los días jueves o viernes de cada semana, igual manera se les apoya a los docentes entregando el día del seminario asignado las ayudas audiovisuales y físicas, cuando es necesario otros tipos de apoyos como envíos de trabajos asignados a los estudiantes se coordina fecha límite de entrega y el lugar de envío</p>	2 Horas	Personal de Mercadeo
5.2	<p>Se realiza el envío de información de posgrados a las personas que la solicitan por correo electrónico en una forma respetuosa y acorde a nuestra oficina la cual se realizan por correo institucional de mercadeo postgrados brindando la información lo más pronto posible, al final de la información me despido cordialmente recalando que la oficina de mercadeo queda</p>	2 Horas	Dirección División Administrativa de Posgrados Personal de Mercadeo

	Gestión de Mercadeo y Publicidad	Código	PPI.DP-02 v.01
		Página	6 de 7

	atenta a cualquier otra inquietud y que lo pueden comunicar por vía telefónica o por el mismo correo electrónico		
6	ENTREGA DE USUARIOS Y CONTRASEÑAS A LOS NUEVOS ESTUDIANTES MATRICULADOS		
6.1	Se hacen entrega de las claves y usuarios a los nuevos estudiantes matriculados en cada uno de los programas de posgrados por medio de correo electrónico personal de los admitidos y telefónicamente para asegurar que fue recibida la información, se les explica amablemente el proceso de ingreso al campus para generar el recibo de liquidación de la matrícula la cual se les brinda la ayuda de poder acercarse al creador Cúcuta para generar el recibo si le es difícil el proceso, y a aquellas personas que solicitan el recibo por otro medio se les envía por correo electrónico	4 horas	Dirección División Administrativa de Posgrados Personal de Mercadeo
7	GESTIÓN DE PAGOS A ESTUDIANTES DE POSGRADOS		
7.1	Al realizar el Recordatorio de pagos a los estudiantes admitidos en los diferentes programas de posgrados se les informa de una manera amable por medio de correo electrónico personal y también telefónicamente manejando un vocabulario respetuoso y así asegurar que fue recibida la información para lograr el objetivo propuesto, al final se les sugiere a las personas que efectuaron el pago hagan llegar una copia al correo electrónico y aquellas que no lo han efectuado se le sugiere amablemente efectuar el pago en la fecha límite pactada por la Universidad	2 horas	Dirección División Administrativa de Posgrados Personal de Mercadeo
8	INFORME DE NOVEDADES		
8.1	Se brinda Información al director de la división de posgrados todas las novedades presentadas durante la jornada de clase de los fines de semana por medio de correo electrónico de una manera amable y respetuosa para así realizar las indicaciones pertinentes a las novedades.	2 horas	Personal de Mercadeo
9	RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD		
9.1	La División Administrativa de Posgrados, recibe la solicitud mediante correo electrónico, Oficio, de manera verbal o telefónicamente por parte del interesado. NOTA: Dichas solicitudes pueden ser de información académica y/o financiera de un estudiante, asesoría en los trámites relacionados con los procesos de Posgrados (grados, certificaciones, descuentos, información de los diferentes programas, fechas de los calendarios académicos vigentes, información del Campus IT) o asesoría requerida por parte de los directores de Programa.	1 hora	Interesado División Administrativa de Posgrados Personal de Mercadeo
10	TRÁMITE DE LA SOLICITUD		
10.1	Si el procedimiento es de conocimiento de la División Administrativa de Posgrados, se da respuesta al peticionario por el mismo medio por que el que se recibió.	De 1 a 3 días	División Administrativa de Posgrados Personal de Mercadeo
10.2	En caso de que la información corresponda a lo realizado desde otros procesos, se traslada la solicitud para que desde allí se genere la respuesta correspondiente.	5 días	División Administrativa de Posgrados Proceso

	Gestión de Mercadeo y Publicidad	Código	PPI.DP-02 v.01
		Página	7 de 7

		correspondiente.
--	--	------------------

5. Documentos de Referencia

- NTCISO 9001 vigente. Requisitos
- Calendario Académico vigente.
- Ley 962 de 2005 “Anti trámites”
- Acuerdo 186 del 02 de Diciembre de 2005
- Decreto 2150 de 1995
- IGA-06 “Trámites a Solicitudes de Estudiantes”

6. Historia de Modificaciones

Versión	Naturaleza del Cambio	Fecha de Aprobación	Fecha de Validación
00	Actualización del documento mediante FAC-08 “Acta de Reunión” N° 18 del 02 de diciembre de 2020	02 de diciembre de 2020	22 de diciembre de 2020

7. Anexos

“No Aplica”