	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 1 de 7

21.1

FECHA	viernes, 27 de noviembre de 2020
--------------	----------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Fusagasugá


UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
TIPO DE DOCUMENTO	Pasantía
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Rodríguez Vergara	Lina Fernanda	1069766236

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 2 de 7

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Narváez Benavides	Carlos Arturo
Gil Chaves	Luz Ángela

TÍTULO DEL DOCUMENTO
Apoyo al Plan de Marketing Digital de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá IPA 2020 - IIPA 2020

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)


TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía Administrador de Empresas

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
17/11/2020	28

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1.Marketing	Marketing
2.Digital	Digital
3.Posgrados	Postgraduate degrees
4.Diseño	Design
5.Plan	Plan
6.Aspirantes	Aspirants

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 3 de 7

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

La oficina de Dirección Posgrados Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá tuvo constante apoyo en el plan de marketing digital para la divulgación de los programas académicos para el segundo periodo académico 2020, esto con el fin de captar nuevos aspirantes mediante la implementación de estrategias como webinar, programas radiales, publicación de imágenes, marketing de contenido y acompañamiento continuo a cada aspirante, de esta manera, con ayuda de herramientas tecnológicas como Correo electrónico institucional exclusivo para aspirantes se resolvieron distintas inquietudes y a través del marketing telefónico se lograron procesos ágiles de comunicación que facilitaron la solución de inconvenientes en el proceso de inscripción y liquidación de PIN y matrícula académica.

The Postgraduate Office of the University of Cundinamarca, Fusagasugá headquarters had constant support in the digital marketing plan for the dissemination of academic programs for the second academic period 2020, this in order to attract new applicants through the implementation of strategies such as webinar, programs radio, image publication, content marketing and continuous monitoring of each applicant, in this way, with the help of technological tools such as exclusive institutional email for applicants, different concerns were resolved and through telephone marketing, agile communication processes were achieved that facilitated the Solution of problems in the process of registration and settlement of PIN and academic enrollment.



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 4 de 7

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 5 de 7

límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO x.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho


Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 6 de 7

patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.
- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 7 de 7



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1.Apoyo al Plan de Marketing Digital Oficina de Dirección Posgrados- Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá IPA a IIPA 2020 Rodríguez Vergara Lina Fernanda 2020	-Texto e imágenes

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Rodríguez Vergara Lina Fernanda	

21.1-51-20

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

**APOYO AL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA DIRECCIÓN DE
POSGRADOS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ
IPA 2020 - IIPA 2020**

LINA FERNANDA RODRÍGUEZ VERGARA

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2020**

**APOYO AL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA DIRECCIÓN DE
POSGRADOS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ
IPA 2020 - IIPA 2020**

LINA FERNANDA RODRÍGUEZ VERGARA

**ASESOR INTERNO: DOCENTE CARLOS ARTURO NARVÁEZ
BENAVIDES
ASESOR EXTERNO: LUZ ÁNGELA GIL CHAVES**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y
CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2020**

CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN	6
2. FICHA TÉCNICA.....	7
3. OBJETIVO GENERAL.....	7
3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
4. ACTIVIDADES REALIZADAS	8
4.1. OBJETIVO Nº 1:.....	8
4.2. OBJETIVO Nº 2 :.....	12
4.3. OBJETIVO Nº 3.....	20
5. CONCLUSIONES.....	25
6. RECOMENDACIONES	27
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Tabla 1. TIEMPO EMPLEADO OBJETIVO N°1	11
Tabla 2. TIEMPO EMPLEADO OBJETIVO N°2	19
Tabla3. TIEMPO EMPLEADO OBJETIVO N°3	21
Tabla 4. GRÁFICO TIEMPO IVERTIDO POR OBJETIVOS	23

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Reporte Inscritos IIPA 2020.....	8
Ilustración 2. Evidencia Envío de Información a aspirante.....	9
Ilustración 3. Evidencia Informe de Webinar.....	9
Ilustración 4. Comunicado Validación del PIN IPA 2020.....	10
Ilustración 5. Reporte Inscritos en Comité Dirección Posgrados	12
Ilustración 6. Reunión Programa Radial	13
Ilustración 7. Formato Programa de Radio	14
Ilustración 8. Documentos Convenio para Pasante de Mercadeo	15
Ilustración 9. Solicitud imágenes.....	16
Ilustración 10. Red CLACSO	17
Ilustración 11.Publicación en REVISTA ENFOQUE	18

1. JUSTIFICACIÓN

El Apoyo en un Plan de Marketing Digital en la Oficina de Dirección de Posgrados es de vital importancia, puesto que, es necesario divulgar información sobre los programas posgrados que oferta la Universidad de Cundinamarca, en su sede principal Fusagasugá, y en las diferentes seccionales y extensiones, de manera que permita a los aspirantes tener mayor perspectiva de lo que brinda cada programa y sean motivados a inscribirse a los mismos. Este plan de marketing, deber ser apoyado a través de actividades que den a conocer la oferta académica semestral, realizando seguimiento continuo a las personas inscritas y preinscritas, brindando así, información necesaria que contribuya a la solución de problemas que se puedan presentar en el debido proceso. Es por ello, que se requiere un pasante del programa Administración de Empresas, con conocimientos previos en marketing y tecnologías de la información, con capacidad de liderazgo y creatividad, que aporte estrategias y capte nuevos aspirantes por medio de la aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos en el transcurso de la carrera en los distintos núcleos temáticos como marketing, pensamiento administrativo, investigación de mercados y comunicación, para llevar a cabo el cumplimiento de dicho plan.

2. FICHA TÉCNICA

TÍTULO DE LA PASANTÍA	Apoyo al Plan de Marketing Digital de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca Sede Fusagasugá IPA 2020 - IIPA 2020
LUGAR DE DESARROLLO	Oficina Dirección de Posgrados-Universidad de Cundinamarca
N° DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
INICIO DE LA PASANTÍA	25 de Febrero de 2020
FINALIZACIÓN DE LA PASANTÍA	21 de Agosto de 2020
INFORMES PRESENTADOS	6
TOTAL HORAS	640

3. OBJETIVO GENERAL

Apoyar al Plan de Marketing Digital de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá IPA 2020 a IIPA 2020.

3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Acompañar el diagnóstico de marketing digital en la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca desde IPA 2020 a IIPA 2020.
2. Asistir al diseño de un plan de marketing digital para la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.
3. Atender la actividad de marketing telefónico de personas inscritas y pre – inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.

4. ACTIVIDADES REALIZADAS

4.1. OBJETIVO N° 1:

Acompañar el diagnóstico de marketing digital en la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca desde IPA 2020 a IIPA 2020.

Actividades:

1. **Se consolidó reporte en formato Excel de las personas preinscritas e inscritas a los programas de posgrados** La actualización constante del número de aspirantes así como sus respectivos datos (nombres, teléfono, correo electrónico y fechas de inscripción), fortaleció la comunicación personalizada con cada aspirante, de forma que se logró brindar información valiosa sobre el proceso de inscripción y la resolución de inquietudes, lo que conllevó al desarrollo de habilidades en planificación y seguimiento al cliente. **TIEMPO: 95 HORAS.**

Ilustración 1. Reporte Inscritos IIPA 2020

PERIODO ACADÉMICO 2020-II INSCRITOS					
PROGRAMA	SEDE, SECCIONAL O EXTENSIÓN	INSCRITOS	PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO	SEMESTRE AVANZADO
ESP. GERENCIA PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL	FUSAGASUGÁ	16	7	9	27
	GIRARDOT	1			
	UBATE	7	6	1	6
	CHÍA	13	13		
ESP. GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL	FACATATIVÁ	12	6	6	
	VIRTUAL	67	9	57	
ESP. EDUCACIÓN AMBIENTAL Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	FUSAGASUGÁ	21	6	15	
	GIRARDOT	17	0	17	
	FACATATIVÁ	21	3	17	
ESP. NEGOCIOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO	FUSAGASUGÁ	23	11	12	
ESP. PROCESOS PEDAGÓGICOS DEL ENTRENAMIENTO DEPORTIVO	FUSAGASUGÁ	3			
	SOACHA	4		1	
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN	FUSAGASUGA	17			
	CHÍA	12			
MAESTRÍA EN CIENCIAS AMBIENTALES	FUSAGASUGÁ	11			
		245	61	135	33

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

2. **Envío de marketing de contenido a las personas Preinscritas e inscritas:** Por medio de esta actividad, se brindó información específica de cada especialización y maestría, como el enfoque, núcleos temáticos, créditos académicos, modalidad e inversión del programa en el que se encontraban interesados, lo que exigió creatividad, dinamismo y mejor redacción. **TIEMPO: 46 HORAS**

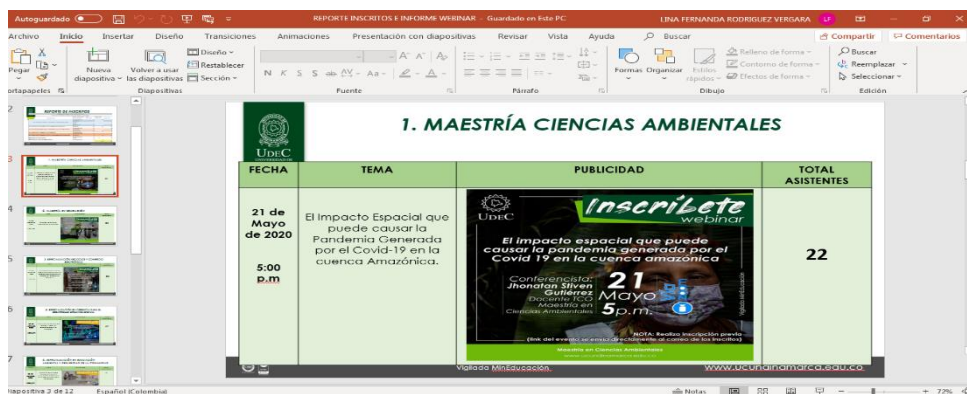
Ilustración 2. Evidencia Envío de Información a aspirante



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

- Actualización y consolidado del registro de webinar de las maestrías y especializaciones:** Los webinar fueron realizados como estrategia para atraer personas a inscribirse a los programas de posgrados, de esta manera, con la base de datos obtenida de cada webinar se permitió enviar información por medio del correo electrónico sobre los programas de posgrados, de igual manera, se dio paso a la realización de informe de resultados de asistencia por cada webinar. **TIEMPO: 36 HORAS**

Ilustración 3. Evidencia Informe de Webinar



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

4. **Comunicado a los aspirantes con beneficio de validación PIN del IPA 2020:** Teniendo presente que en el IPA 2020 hubo programas que no fueron ofertados, se dio la oportunidad a los aspirantes que tenían validación del pin de dicho semestre para inscribirse al IIPA 2020, por lo tanto, se comunicó a través del correo electrónico, brindando la información pertinente sobre proceso a realizar para posterior envío de interesados a los coordinadores de cada programa. Esta actividad, demando mayor organización en los registros y consolidados. **TIEMPO: 35 HORAS**

Ilustración 4. Comunicado Validación del PIN IPA 2020



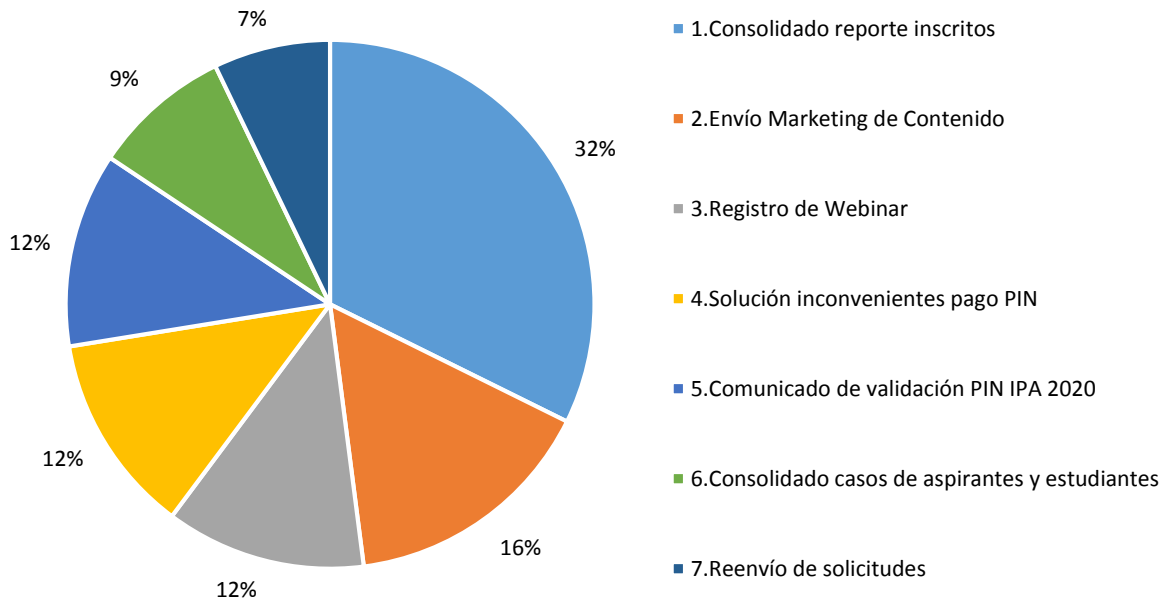
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

5. **Solución de inconvenientes en proceso PAGO PIN:** Constantemente se presentaron problemáticas en el proceso de pago y verificación en plataforma del PIN, por ende, se brindó información referente a dichas problemáticas por medio del correo electrónico, enviando las evidencias a los respectivos coordinadores del programa al que pertenecían. En esta actividad, se vio en la necesidad de comunicarme con otras dependencias, lo que fortaleció el conocimiento de los requisitos obligatorios para solución de estas problemáticas. **TIEMPO: 36 HORAS**

- 6. Consolidado de casos de aspirantes y estudiantes de cada especialización y maestría:** Una vez que los casos eran remitidos a los coordinadores, se presentaba cada caso ante reuniones de Dirección Posgrados para dar solución a los inconvenientes, lo que involucró dialogar ante profesionales, por lo que se exigió mejorar las habilidades comunicativas. **TIEMPO: 25 HORAS**
- 7. Reenvío de solicitudes de reintegro y devolución de matrícula a los coordinadores responsables de las Especializaciones y maestrías que no fueron ofertadas para el IPA 2020:** Se llevó a cabo la elaboración de informes como evidencia de envíos de correos electrónicos correspondientes a la devolución de matrícula, lo que incluyó enviar información a otras oficinas (Jurídica-Financiera), para lo cual, fue importante minimizar errores y ser ágil para evitar conflictos. **TIEMPO: 21 HORAS**

GRÁFICA N° 1. TIEMPO EMPLEADO PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO N° 1

Tabla 1. TIEMPO EMPLEADO OBJETIVO N°1



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

4.2. OBJETIVO N° 2 :

Asistir al diseño de un plan de marketing digital para la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.

Actividades:

- Asistencia a los comités de Dirección Posgrados, informando sobre número de personas inscritas y plan de divulgación de las especializaciones y maestrías:** En los Comités se dio la oportunidad de participar y dar resultados sobre las actividades realizadas así como las propuestas de estrategias a realizar para la promoción cada programa y llegar al mutuo acuerdo con los coordinadores de las especializaciones y maestrías. **TIEMPO: 39 HORAS**

Ilustración 5. Reporte Inscritos en Comité Dirección Posgrados

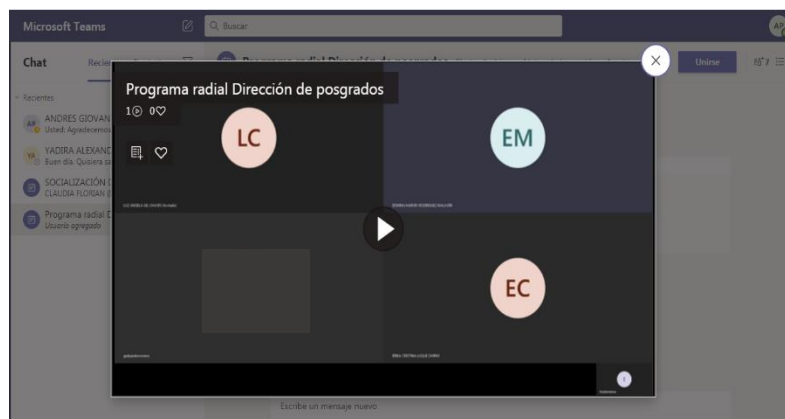
PERIODO ACADÉMICO 2020-II PRE- INSCRITOS				
ESPECIALIZACIÓN O MAESTRÍA	SEDE, SECCIONAL O EXTENSIÓN	PRE-INSCRITOS	TOTAL	INSCRITOS
ESP. GERENCIA PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL	FUSAGASUGÁ		6	2
	GIRARDOT			
	JBATE			
	CHÍA			
	FACATATIVA			
ESP. GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL	VIRTUAL	7	7	
ESP. EDUCACIÓN AMBIENTAL Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	FUSAGASUGÁ			
	GIRARDOT		5	2
	FACATATIVA	3	3	
ESP. NEGOCIOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO	FUSAGASUGÁ			
ESP. PROCESOS PEDAGÓGICOS DEL ENTRENAMIENTO DEPORTIVO	FUSAGASUGÁ			
	SOACHA			
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN	FUSAGASUGÁ	1	1	1
MAESTRÍA EN CIENCIAS AMBIENTALES	CHÍA	4	4	
	FUSAGASUGÁ	2	2	
TOTAL			17	

PERIODO ACADÉMICO 2020-II PRE- INSCRITOS				
ESPECIALIZACIÓN O MAESTRÍA	SEDE, SECCIONAL O EXTENSIÓN	PRE-INSCRITOS	TOTAL	INSCRITOS
ESP. GERENCIA PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL	FUSAGASUGÁ		6	2
	GIRARDOT			
	JBATE			
	CHÍA			
	FACATATIVA			
ESP. GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL	VIRTUAL		15	15
ESP. EDUCACIÓN AMBIENTAL Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	FUSAGASUGÁ			
	GIRARDOT		5	2
	FACATATIVA	3	3	8
ESP. NEGOCIOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO	FUSAGASUGÁ			
ESP. PROCESOS PEDAGÓGICOS DEL ENTRENAMIENTO DEPORTIVO	FUSAGASUGÁ			
	SOACHA			
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN	FUSAGASUGÁ		2	2
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN	CHÍA		5	5
	FUSAGASUGÁ		5	5
MAESTRÍA EN CIENCIAS AMBIENTALES	FUSAGASUGÁ		5	5
TOTAL			41	5

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

2. **Asistencia capacitación en “Socialización de Llamadas por Teams” y a las reuniones con la Oficina de Comunicaciones relacionadas con el Programa Radial de Dirección de postgrados de la Maestría en Educación y Maestría en Ciencias Ambientales:** Por medio de las capacitaciones y reuniones se obtuvo nuevos conocimientos que no sólo aportaron para el desarrollo de la pasantía sino también para la vida profesional y laboral en temáticas novedosas como bosquejos radiales y nuevas herramientas de información y Comunicación. **TIEMPO: 24 HORAS**

Ilustración 6.Reunión Programa Radial



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3. **Elaboración de Formato, libreto y cronograma para emisión de programa radial de la Maestría en Educación y Maestría en Ciencias Ambientales:** La realización de los formatos demandó manejo de tiempo, dialogo correcto y creatividad, de igual manera, estar en unión con la Oficina de Comunicaciones por lo que esta actividad conllevó a un mayor aprendizaje y nivel de exigencia. **TIEMPO 22 HORAS**

Ilustración 7. Formato Programa de Radio



UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

PROGRAMA DE RADIO
DIRECCIÓN DE POSTGRADOS
MAESTRÍA EN CIENCIAS AMBIENTALES
PROGRAMA RESPONSABLE

NOMBRE	CONTENIDO
TIPO	Magazín
NOMBRE	Conversando de Medio Ambiente con la Maestría en Ciencias Ambientales.
OBJETIVO	Conocer las reflexiones de expertos sobre el tema de medio ambiente y que se debaten al interior de la Maestría en Ciencias Ambientales.
TEMA	Conservación sobre la biodiversidad de las áreas protegidas en Colombia.
AUDIENCIA	Estudiantes de Pregrado y Postgrado de la Facultad en Ciencias Agropecuarias, estudiantes de Postgrado de la Especialización en Educación Ambiental y Desarrollo de la Comunidad, Maestría en Ciencias Ambientales y profesionales ambientalistas.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

- 4. Búsqueda de información de Universidades y Fundaciones con especialistas en Publicidad y Mercadeo:** Se realizó la solicitud a la Universidad Jorge Tadeo Lozano para un pasante con conocimientos en ramas publicitarias que fortaleciera las estrategias de divulgación de Dirección Posgrados para el IPA 2021, por lo tanto, se hizo necesario completar los formatos, el convenio y dialogar con la persona encargada de generar el acuerdo entre ambas Universidades. Este proceso brindó la oportunidad de conocer los lineamientos para convenios con la Universidad y los requisitos mínimos exigidos para generar acuerdo.
TIEMPO: 21 HORAS

Ilustración 8. Documentos Convenio para Pasante de Mercadeo

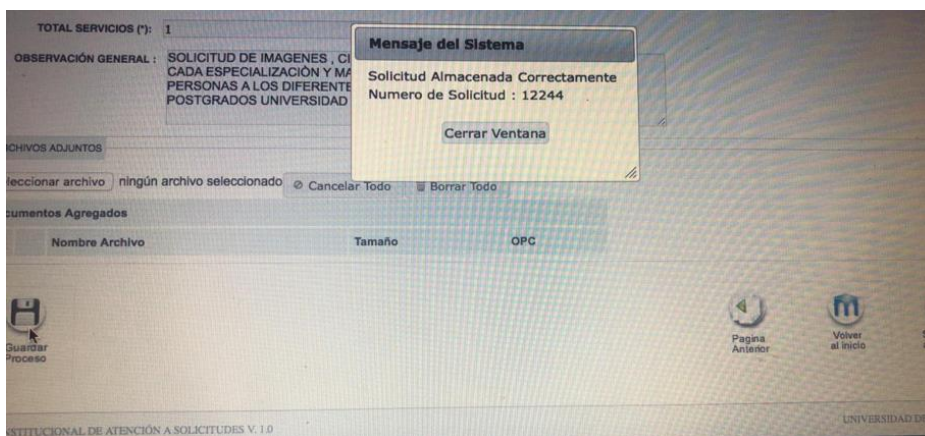


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

5. **Se mantuvo al tanto de cada webinar de las diferentes especializaciones y maestrías:** Se dio paso a programar la sala de reuniones por medio de la herramienta Zoom y Facebook Live (manejado por la Oficina de Comunicaciones) de igual manera, se estuvo al tanto de que las personas interesadas en asistir a los webinar recibieran el enlace de ingreso correctamente y que en el transcurso de las conferencias los problemas técnicos fueran solucionados, lo que necesitó de rapidez, efectividad y mejora de habilidades comunicativas. **TIEMPO: 19 HORAS**

6. **Solicitud de imágenes motivacionales:** Se enviaron solicitudes a la Oficina de Comunicaciones constantemente para la realización de imágenes motivacionales referentes a cada programa de posgrados, así como las correcciones en las mismas para posterior publicación en redes sociales Oficiales de la Universidad, por lo que se hizo necesario, ser intermediaria entre la Oficina de Comunicaciones y los Coordinadores de Dirección Posgrados, llegando a mutuos acuerdos para la realización de las imágenes. **TIEMPO: 19 HORAS**

Ilustración 9. Solicitud imágenes motivaciones a Oficina de Comunicaciones



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

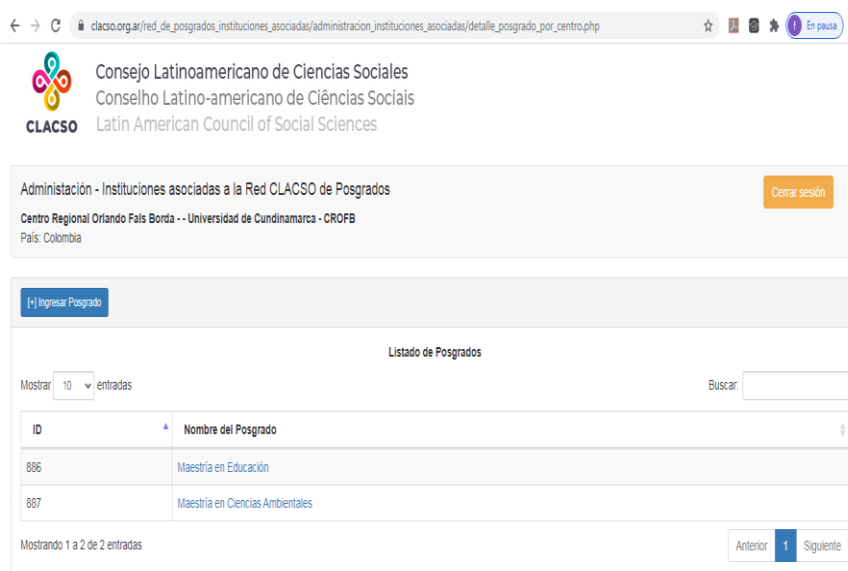
- 7. Diseño de imágenes, folletos informativos e infografías virtuales:** Se eligió la aplicación Canva para realizar folletos e infografías con imágenes, colores, diseños y figuras novedosas para el posterior envío a los interesados, en esta actividad, fue importante la elección de colores acorde con el programa para que visualmente fuera atractivo a los aspirantes.

TIEMPO: 18 HORAS

- 8. Apoyo para publicación de Artículos:** Se recibieron solicitudes de algunos coordinadores para publicar artículos en periódico de la Universidad, por lo que fue importante conocer el procedimiento a realizar para publicación de artículos relacionados con medio ambiente de estudiantes de posgrados pertenecientes a grupos y/o semilleros de investigación, en revista y periódico oficial de la Universidad de Cundinamarca, es así, como se dio paso a dialogar con la oficina de comunicaciones para conocer el procedimiento e informar a los coordinadores el proceso, siendo inevitable estar atenta a lo dicho por cada coordinador para enviar la información a la Oficina de Comunicaciones. **TIEMPO: 17 HORAS**

9. **Comunicación a la Red CLACSO (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales):** Se dialogó con CLACSO con el fin de que su publicase en sus redes sociales información sobre la Maestría en Educación y Maestría en Ciencias Ambientales, en consecuencia, brindaron un usuario y contraseña donde se ingresó datos pertinentes de las maestrías para ser publicadas en la plataforma oficial de Latinoamérica siendo divulgadas Nacional e Internacionalmente, obteniendo reconocimiento y atrayendo interesados a los programas de posgrados de la Universidad de Cundinamarca. **TIEMPO: 14 HORAS**

Ilustración 10. Red CLACSO



The screenshot shows the CLACSO website interface. At the top, there is a navigation bar with the CLACSO logo and name in Spanish, Portuguese, and English. Below this, a header section identifies the user as 'Administración - Instituciones asociadas a la Red CLACSO de Posgrados' from the 'Centro Regional Orlando Fals Borda - Universidad de Cundinamarca - CROFB' in Colombia. A 'Cerrar sesión' button is visible. The main content area features a 'Listado de Posgrados' table with columns for 'ID' and 'Nombre del Posgrado'. Two entries are shown: '886 Maestría en Educación' and '887 Maestría en Ciencias Ambientales'. A search bar and pagination controls are also present.

ID	Nombre del Posgrado
886	Maestría en Educación
887	Maestría en Ciencias Ambientales

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

10. **Diálogo con directivos y docentes del Instituto Deportivo y Recreativo de Fusagasugá:** El fin de dicha comunicación fue realizar capacitación unida con Docentes de La Especialización en Procesos Pedagógicos del Entrenamiento Deportivo, para atraer interesados a la especialización, por lo que permitió ser parte de reuniones y estar atenta a los resultados obtenidos. **TIEMPO: 11 HORAS**

11. Unión de videos informativos de Dirección Postgrados: La redacción y el manejo de herramientas para edición, se convirtieron en un reto, ya que, fue necesario realizar video de calidad para ser publicados en las redes de la Universidad. **TIEMPO: 11 HORAS**

12. Publicación en REVISTA ENFOQUE: Se buscaron distintas alternativas de revistas que pudieran publicar información de posgrados, finalmente, la revista ENFOQUE accedió y brindó dicha oportunidad, por ende, se dio paso al envío de información a publicar y la aprobación por la Oficina de Comunicaciones. Las habilidades comunicativas aportaron a la realización de dicha actividad. **TIEMPO: 10 HORAS**

Ilustración 11.Publicación en REVISTA ENFOQUE

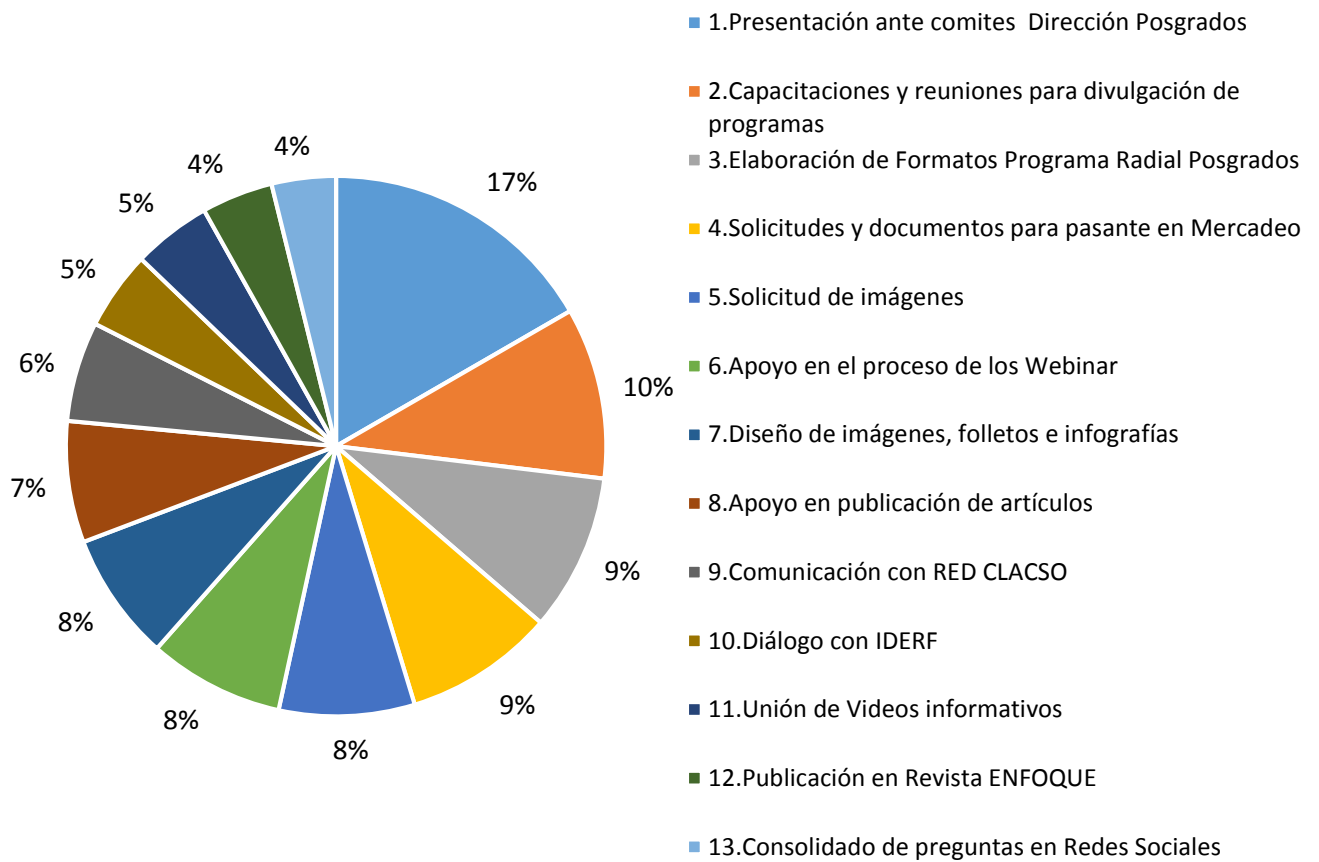


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

13.Consolidado de preguntas enviadas por la Oficina de Comunicaciones que fueron realizadas a través de las redes sociales de la Universidad: Las preguntas e inquietudes fueron sobre la oferta académica de Dirección Posgrados y proceso de inscripción, siendo necesario gestionar la información para dar solución a dichos cuestionamientos y en diversas ocasiones resolución de conflictos de los aspirantes por inconformidades presentadas. **TIEMPO: 9 HORAS**

GRÁFICA N° 2. TIEMPO EMPLEADO PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO N° 2

Tabla 2. TIEMPO EMPLEADO OBJETIVO N°2



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

4.3. OBJETIVO N° 3

Atender la actividad de marketing telefónico de personas inscritas y pre – inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.

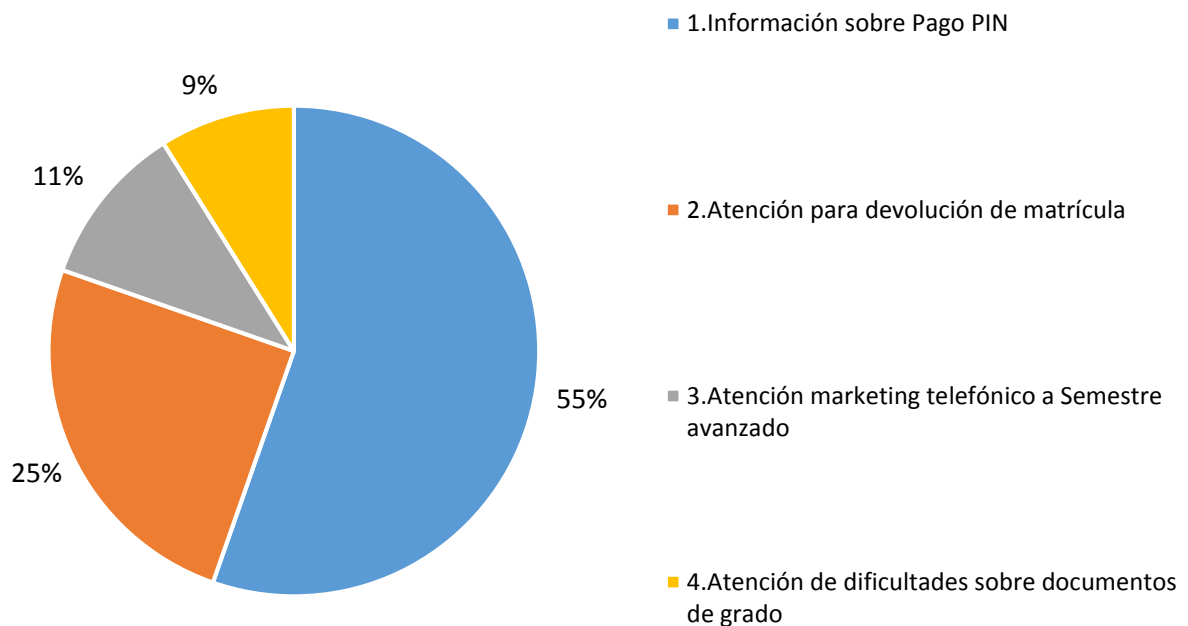
Actividades:

- 1. Comunicación con los aspirantes de los distintos programas de posgrado para brindar información sobre el pago PIN y ampliación de fechas:** La comunicación por medio telefónico influyo en la resolución de problemas en el proceso de pago electrónico, teniendo presente que por diversas dificultades de los aspirantes el efectuar el pago PIN era complejo y requerían mayor tiempo, así mismo, fue necesario llamarlos para informar la ampliación de fechas de pago y la oportunidad de acceder al programa, por lo tanto, se requirió conocer los procesos, preguntar y aprender, ya que, al dar respuestas erróneas se podía generar problemas aún más grandes.
La atención al cliente se fortaleció a través de esta actividad **TIEMPO: 62 HORAS**
- 2. Atender a las personas que solicitan información telefónicamente sobre los programas de posgrados y la devolución por cancelación de matrícula del IPA 2020:** Las inquietudes y reclamos hechos por cada persona se sistematizaron, para posterior realización de informe de solicitudes y envío a tesorería, este proceso permitió conocer las inconformidades de las personas, para manifestarle a la directora dichos pensamientos y así gestionar soluciones. **TIEMPO: 28 HORAS**
- 3. Atención al marketing telefónico de los aspirantes de semestre avanzado con dificultades el proceso de inscripción, de esta manera se envió los casos pertinentes a los coordinadores responsables.** El ingreso para semestre avanzado tiene un proceso explicito, por lo que se hizo necesario preguntar detalladamente el lineamiento a seguir para dar respuesta a los estudiantes, así mismo, recolectar las evidencias y reenviar a los coordinadores pertinentes los casos a solucionar, en esta tarea, el trabajo en equipo y la supervisión del proceso de los estudiantes fue clave. **TIEMPO: 12 HORAS**

4. **Atención al marketing telefónico de estudiantes con dificultad para cargar documentos (por plataforma SIS) de grado ordinario (09 de septiembre) brindando respuesta y solución factible a las problemáticas encontradas en el proceso.** Al consolidar las inquietudes en el proceso, se realizó un instructivo en PDF sencillo y dinámico para enviar a cada persona, lo que me permitió conocer el proceso detalladamente y brindar solución a las personas telefónicamente.
TIEMPO: 10 HORAS

GRAFICA N° 3 TIEMPO EMPLEADO PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO N° 3

Tabla3. TIEMPO EMPLEADO OBJETIVO N°3



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

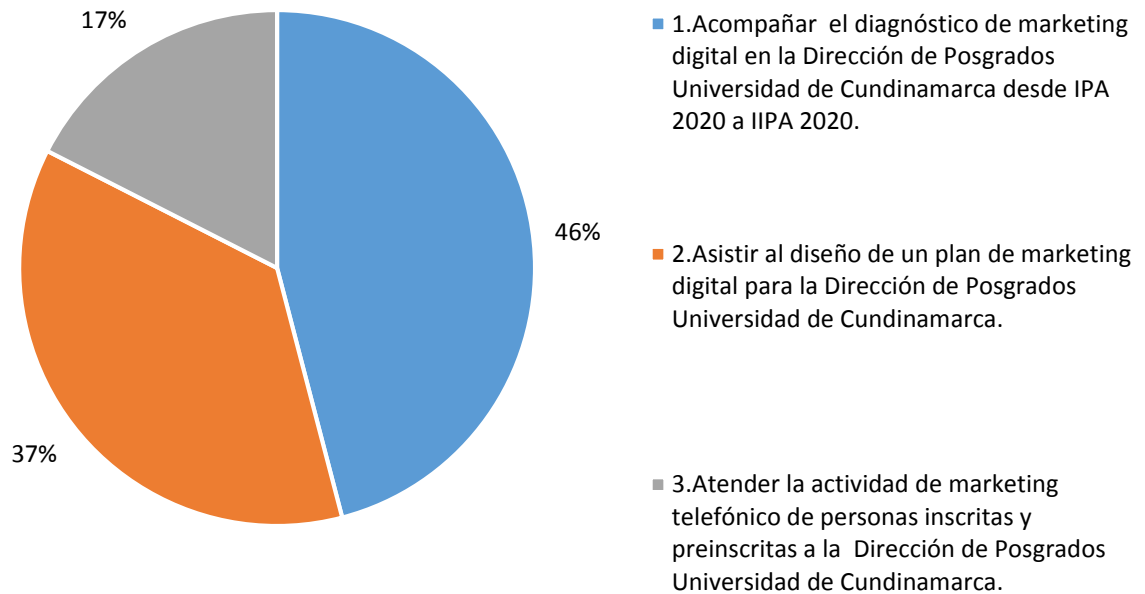
TABLA N° 4. TIEMPO INVERTIDO POR OBJETIVOS PARA CUMPLIR EN EL OBJETIVO GENERAL DE LA PASANTÍA

N°	OBJETIVOS	TIEMPO EMPLEADO EN HORAS	TIEMPO EN %
1	Acompañar el diagnóstico de marketing digital en la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca desde IPA 2020 a IIPA 2020.	294	46%
2	Asistir al diseño de un plan de marketing digital para la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.	234	37%
3	Atender la actividad de marketing telefónico de personas inscritas y pre – inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.	112	17%
TOTAL DE HORAS POR OBJETIVO		640	100%

FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICA N° 4. TIEMPO INVERTIDO POR OBJETIVOS PARA CUMPLIR EN EL OBJETIVO GENERAL DE LA PASANTIA

Tabla 4. GRÁFICO TIEMPO IVERTIDO POR OBJETIVOS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

ANÁLISIS DEL GRÁFICO:

El objetivo que requirió mayor inversión de tiempo en el desarrollo de la pasantía fue el objetivo N°1 “Acompañar el diagnóstico de marketing digital en la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca desde IPA 2020 a IIPA 2020” conveniente al 46% con un total de 294 horas, por lo que las actividades realizadas se llevaban a cabo diariamente, resaltando el consolidado de inscritos con 95 horas (32%), en el caso del envío de contenido 46 horas (16%), actividades de los webinar y solución de inconvenientes, se realizaron de forma constante para el cumplimiento del objetivo, lo que necesitó de tiempo suficiente para la ejecución de dichas actividades.

Por consiguiente, el objetivo N° 2 *“Asistir al diseño de un plan de marketing digital para la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca”* equivalente al 37% y 234 horas, es el objetivo que prosigue con mayor inversión de tiempo, puesto que las actividades que involucraban a dicho objetivo, se relacionan con el planteamiento de estrategias y la ejecución de las mismas para la divulgación de los programas de posgrados, siendo necesario la asistencia a comités y reuniones con diferentes dependencias que permitieran realizar las propuestas, lo que incluía mínimo una reunión por semana para gestionar y llevar a cabo todas las ideas de difusión de programas.

Finalmente, el Objetivo N° 3 *“Atender la actividad de marketing telefónico de personas inscritas y pre – inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca”* con el porcentaje del 17% correspondiente 112 horas en total, fue el objetivo que menos inversión de tiempo demandó, por lo que, las actividades relacionadas con marketing telefónico, se realizaron en días oportunos como el brindar información sobre el pago PIN que tuvo un total de 62 horas, es decir el (55%) siendo la actividad que mayor tiempo se tomó, se eligieron días exactos para realizar dichas llamadas, así mismo, la solución de inconvenientes respecto a la devolución de matrícula con 28 horas pertinente al 25% fueron elegidos 4 días para realizar esta tarea, el mismo caso aplicó para la atención de semestre avanzado 12 horas (11%) y documentos para grado 10 horas (9%) se realizaron esporádicamente dependiendo las llamadas que los estudiantes y aspirantes realizaban.


5. CONCLUSIONES

1. La oficina de Dirección Posgrados mantuvo apoyo en los procesos de marketing digital para el IIPA 2020 por medio de diversas estrategias e ideas que permitieron divulgar las maestrías y especializaciones de forma efectiva y dinámica, a través de herramientas tecnológicas como el correo electrónico institucional exclusivo para los aspirantes a los distintos programas, el marketing telefónico y marketing de contenido, con los cuales, se mantuvo constante acompañamiento a los aspirantes y el apoyo a los funcionarios de la Oficina de Dirección Posgrados en todos los procesos de divulgación digital de programas.
2. A través del consolidado de inscritos y preinscritos en formato Excel se dio paso al acompañamiento de cada persona para la resolución de problemas e inquietudes referente al proceso de inscripción, de esta manera, se logró analizar que las situaciones más frecuentes que obstaculizaban dicho proceso fueron los retrasos en plataforma para la validación estado pago y el límite de tiempo para efectuar la liquidación, lo que permitió tomar decisiones para actuar frente a dichas problemáticas, evitando perjudicar a los aspirantes y su ingreso al programa de interés, estas soluciones, se gestionaron a través del diálogo con otras dependencias, para verificar el pago en plataforma de cada aspirante y corregir el estado y el envío de solicitud para ampliación de fechas de inscripción con el fin de que los aspirantes pudieran efectuar el pago pertinente.
3. Mediante la asistencia a los Comités de la Oficina de Dirección posgrados se dio la oportunidad de plantear e integrar estrategias como publicación en revista regional, elaboración de videos, realización de imágenes, trasmisión de webinar y programa radial, de forma que se ejecutaran correctamente con el fin de atraer aspirantes para el IIPA 2020, por ello, fue necesario la creatividad y la participación activa, así como el acompañamiento a cada uno de los coordinadores y los diálogos con la Oficina de Comunicaciones, para gestionar y llevar a cabo las estrategias planteadas, de esta forma, se logró tener una estructura sólida de las actividades de marketing digital a realizar en el transcurso del semestre.

4. Atender las inquietudes y brindar información relacionada con la oferta académica de Dirección posgrados a través del marketing telefónico, agilizó procesos de comunicación con las personas preinscritas e inscritas de forma que se permitió brindar soluciones y respuestas a dudas referentes a proceso de inscripción, devoluciones, semestre avanzado, grados y a diversas solicitudes, es así, como se logró generar confiabilidad en los aspirantes y efectividad en las soluciones requeridas por los mismos. De igual manera, para la Oficina de Dirección Posgrados, fue de gran utilidad el uso de este medio (marketing telefónico) puesto que, permitía recordar a los aspirantes las fechas establecidas para pagos y la confirmación de la continuidad de cada aspirante en el proceso de inscripción.

6. RECOMENDACIONES

- 1. FOLLETOS FÍSICOS Y DIGITALES ACTUALIZADOS:** Teniendo presente que sólo existe un folleto físico con la información de los diferentes programas de posgrados, se recomienda realizar actualizaciones en los mismos, puesto que, hay información que debe ser modificada, como la sede, seccional y/o extensión en donde se ofertan, objetivos del programa, teléfonos y correos.
Dichos folletos, podrían contener información más específica, como núcleos temáticos, enfoque, objetivos, perfil profesional, inversión, testimonios de egresados y de docentes, lo cual permitirá brindar información valiosa que motive a las personas y les brinde una mayor perspectiva de lo que ofrece cada especialización y maestría.
- 2. REALIZAR PUBLICACIONES EN LAS REDES SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA Y LA PÁGINA OFICIAL CONSTANTEMENTE RELACIONADOS CON POSGRADOS:** Es importante que se este publicando frecuentemente información sobre los programas posgrados que ofrece la Universidad, puesto que, usualmente sólo se publica información cuando inician fechas de inscripción, aunque sean las fechas más importantes para publicar sobre la oferta, es necesario mantener constantemente la divulgación de los programas en las redes sociales de la Universidad, esto con el objetivo, de tener actualizada la información y motivar a los interesados incluso antes de las fechas de inscripción.
- 3. AMPLIACIÓN DE FECHAS PARA PAGOS:** En el caso del pago de matrícula, el tiempo establecido para cancelación de la misma fue corto, por lo tanto, algunos aspirantes no lograron liquidar el monto correspondiente, lo que ocasionó la perdida de inscripción e ingreso al programa de interés. Es por ello, que se sugiere, gestionar ampliación de fechas para pago de matrícula e informar con anticipación a las personas admitidas.
- 4. CREAR REDES SOCIALES PARA POSGRADOS:** Con el fin de publicar información constante en Facebook e Instagram que atraigan nuevos aspirantes.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 35 de 7

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Informes 1,2,3,4,5,6 de la pasantía titulada “Apoyo al Plan de Marketing Digital de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca Sede Fusagasugá IPA 2020 - IIPA 2020”
- Lozano, G. (2019). Apoyo al Estudio de Competidores en la Oferta e Programas Posgraduales de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de la Universidad de Cundinamarca. Tomado de: <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/2555>