21.1

FECHA	Miércoles, 25 de agosto de 2021

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
Álvarez Leuro	Diana Sofía	1069768657

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

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Narváez Benavides	Carlos Arturo
Cervantes Muñoz	María Angélica

TÍTULO DEL DOCUMENTO
APOYO AL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA DIRECCIÓN DE POSGRADOS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGA IIPA 2020 - IPA 2021.

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 EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÀGINAS
2021	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.Comunicación	Comunication
5.Programas	Programs
6.Aspirantes	Aspirants

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

Se brindó un constante apoyo a la Dirección de Posgrados de la Universidad de Cundinamarca en los periodos IIPA 2020.- IPA 2021, por medio de los procesos de difusión a través de los distintos medios de comunicación oficiales de la dirección, siendo estos, WhatsApp, línea telefónica y correo electrónico; se aplicaron estrategias de marketing digital, con el fin de informar a los aspirantes acerca de las características y beneficios de los programas ofertados, teniendo una comunicación constante y ágil que promoviera los procesos de inscripción.

A constant support was provided to the Postgraduate Directorate of the University of Cundinamarca in the periods IIPA 2020. IPA 2021, through the dissemination processes through the different official communication media of the direction, these being WhatsApp, line telephone and email, where digital marketing strategies were applied, in order to inform applicants about the characteristics and benefits of the programs offered, having constant and agile communication that promoted the registration processes.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÒN

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

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 PUBLICACIÒN

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

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.

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.

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 de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca Sede Fusagasugá IIPA 2020 - IPA 2021.pdf	-Texto e imágenes

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Diana Sofía Álvarez Leuro	

21.1-51-20

“APOYO AL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA DIRECCIÓN DE POSGRADOS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ SEGUNDO PERIODO ACADÉMICO 2020 – PRIMER PERIODO ACADÉMICO 2021”

DIANA SOFÍA ÁLVAREZ LEURO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2021

APOYO AL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA DIRECCIÓN DE POSGRADOS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ SEGUNDO PERIODO ACADÉMICO 2020 – PRIMER PERIODO ACADÉMICO 2021

DIANA SOFÍA ÁLVAREZ LEURO

ASESOR INTERNO: DOCENTE CARLOS ARTURO NARVÁEZ BENAVIDES
ASESOR EXTERNO: MARÍA ANÉLICA CERVANTES MUÑOZ

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2021

Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN 6
2. INFORMACIÓN PASANTÍA 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. Evidencia atención aspirante vía WhatsApp 9
Ilustración 2. Evidencia atención aspirante vía correo electrónico 11
Ilustración 3. Evidencia respuesta a formulario de comunicaciones 12
Ilustración 4. Base de datos interesados IIPA 2020..... 13
Ilustración 5. Evidencia envío campaña de Email marketing 14
Ilustración 6. Evidencia creación de contenido gráfico..... 16
Ilustración 7. Envío formulario autorización de uso de datos 17
Ilustración 8. Informe semanal de inscritos y preinscritos 18
Ilustración 9. Recopilación de información según la plataforma..... 19
Ilustración 10. Plan de marketing postgrados 20
Ilustración 11.Solicitud de contenido grafico a comunicaciones..... 21

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

1. JUSTIFICACIÓN

Apoyar en un Plan de Marketing Digital a la Oficina de Dirección de Posgrados. Es de vital importancia impulsar el incremento de aspirantes a posgrados de la Universidad de Cundinamarca, en la sede, seccional y las distintas extensiones; por medio de distintas actividades de difusión, a través de los medios de comunicación; que den a conocer la oferta académica y sus características, a través de estrategias de seguimiento continuo a las personas inscritas y preinscritas, así brindar, la información necesaria que contribuya a la solución de problemas que se puedan presentar en el proceso de inscripción.

Por esto, la necesidad de un pasante del programa Administración de Empresas, con la capacidad de liderazgo y creatividad, que contribuya a la creación de estrategias innovadoras que permitan captar nuevos aspirantes por medio de conocimientos previos teóricos y prácticos en temas como marketing y relaciones, y de vital importancia, tecnologías de la información. Adquiridos en el trascurso de la carrera en los distintos núcleos temáticos del programa, como marketing, pensamiento administrativo, investigación de mercados, negociación, comunicación, para llevar a cabo el cumplimiento de dicho plan.

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

2. INFORMACIÓN PASANTIA

TITULO DE LA PASANTIA

"APOYO AL PLAN DE MARKETING DIGITAL DE LA DIRECCIÓN DE POSGRADOS UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE FUSAGASUGÁ SEGUNDO PERIODO ACADÉMICO 2020 – PRIMER PERIODO ACADÉMICO 2021"

FECHA DE INICIO DE LA PASANTÍA

28 Septiembre

FECHA DE FINALIZACIÓN DE LA PASANTÍA

23 de Abril

TOTAL HORAS

640 horas

3. OBJETIVO GENERAL

Apoyar al Plan de Marketing Digital de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá IIPA 2020 a IPA 2021

3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Asistir la actividad de marketing digital concerniente a clientes externos potenciales, a través de los diferentes medios de comunicación aprobados por la institución, de personas preinscritas e inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.
2. Apoyar el seguimiento de Interesados, Inscritos y Pre-Inscritos de los diferentes programas de Posgrados.
3. A Acompañar los procesos de organización y control en los resultados de marketing digital realizados para los diferentes programas.

Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 01800097 6000
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

4.1. OBJETIVO Nº 1:

Asistir la actividad de marketing digital concerniente a clientes externos potenciales a través de los diferentes medios de comunicación aprobados por la institución, de personas preinscritas e inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca

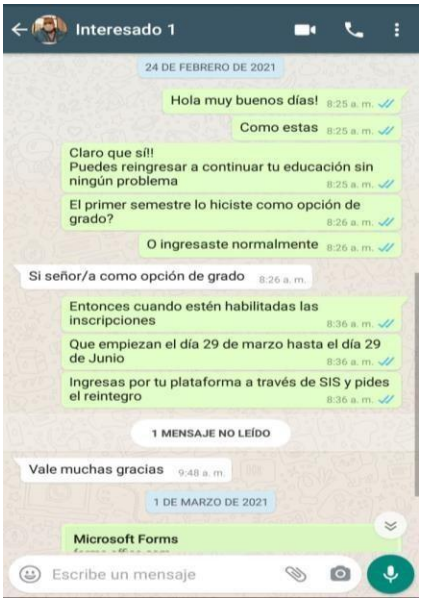
Actividades:

1. **Atención aspirantes vía telefónica:** Se dio respuesta a las llamadas realizadas por los interesados y aspirantes que se comunicaron a las Dirección de posgrados a través de este medio. A cada persona se dio un manejo del proceso, a fin de dar solución a la solicitud, se proporcionó información explicita de los programas y características, medios de pago, descuentos, fechas de inscripción, etc. Así mismo se respondió a casos específicos, como problemas de inscripción en la página a través de PSE, o si bien, inconvenientes con la devolución del dinero por la cancelación del PIN. Se dio el debido proceso a los casos por aparte, se dirigió a la persona, programa o dirección implicada en la situación para darle solución. **TOTAL, HORAS: 25 HORAS**

2. **Creación y diseño de WhatsApp Business para la dirección de posgrados:** Se adquirió una SIMCARD específicamente para asistir el marketing de la dirección de posgrados, por lo tanto, se creó una cuenta de WhatsApp para atender al público cuya preferencia fue este medio. Se condicionó las herramientas de esta aplicación para tener atención óptima, con los mensajes en modo ausente, se estableció el horario de atención, así mismo, se anexó la imagen oficial de Dirección de Posgrados con las direcciones de contacto, para facilitar a comunicación con el aspirante. Por otra parte, se anexó el catálogo de los programas ofertados, con la imagen oficial de cada programa, a fin de agregar dinamismo y ampliar la información de la dirección a primera vista, además de generar una perspectiva de profesionalismo y actualidad. **TOTAL HORAS: 9 HORAS**

3. **Atención al marketing digital vía WhatsApp:** Se dio respuesta a las solicitudes de información de los interesados a través de mensajes de WhatsApp, se tuvo comunicación formal y explicita, y se direcciono a la persona, programa o dirección que se requirió para dar solución a dudas, así mismo se anexo imágenes, documentos, instructivos etc.
   Cabe aclarar que fue el medio donde se recibió el mayor número de solicitudes de información, al contar con características de fácil acceso y de mensajería instantánea, es el método preferido por la población.
   Este método de marketing digital generó resultados positivos en las inscripciones, debido a que los interesados se comunicaban y al instante se dió respuesta a la información solicitada de los programas, así mismo se adjuntó las características y se agregó el brochure del programa que contiene la información amplia y grafica para generar dinamismo y ampliar el rango de información.
   La comunicación con los aspirantes fue directa e instantánea lo que agilizó los procesos de información y a su vez de inscripción por parte de los aspirantes.
   TOTAL HORAS: 80 HORAS

Ilustración 1. Evidencia atención aspirante vía WhatsApp



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

4. **Se realizó marketing digital a través de estados de WhatsApp:** A través de esta herramienta se brindó información de valor acerca de los programas, acontecimientos importantes, tratándose de , Webinars, programas radiales, videos oficiales, fechas destacadas, imágenes motivacionales, oficiales, etc. Se agendo el número de los aspirantes que se comunicaron a través de este medio con el fin de llegar a ellos a través de los estados de WhatsApp que informan al público en tan solo 30 segundos, a través de imágenes llamativas e información explicita, que genere intriga e incite a los aspirantes a las inscripciones. **TOTAL HORAS: 12 HORAS**

5. **Se diseñó los modelos de respuesta para correo electrónico y WhatsApp:** Se tuvo gran demanda de mensajes vía correo electrónico, debido a esto fue necesario diseñar cierto modelo de correo electrónico, donde se tuvo una comunicación formal y descriptiva sobrela dirección de posgrados. Se tuvo en cuenta distintos segmentos de temas que se tocaban en las dudas de los aspirantes, que se clasificaron en información de los distintos programas, dudas en las fechas y proceso de inscripción, métodos de financiamiento, devolución de PIN y conocer la oferta de posgrados que se ofrecen; se realizó el modelo de correo para estos temas, por aparte, con la finalidad de agilizar este proceso, que tomó tiempo significativo al inicio, por falta de organización, sin embargo, con esta alternativa se optimizo tiempos y hubo mejoras en la gestión, además de una mejor organización**. TOTAL HORAS: 12 HORAS**

6. **Atenciones aspirantes vía correo electrónico:** Se dio respuesta a las solicitudes, dudas y problemas presentados por los aspirantes que se comunicaron a través del correo electrónico oficial de aspirantes postgrados, se adjuntó la información correspondiente en cada caso, de acuerdo a las plantillas realizadas, así mismo se adjuntó el brochure, o imagen oficial, que le agregó dinamismo a los correos. Se adjuntó los correos electrónicos de los aspirantes que se comunicaron por este medio a la base de datos de interesados con el fin de continuar con el marketing digital, se envió información semanal de eventos, fechas importantes, aclaraciones, descripción de procesos etc, así otorgar el recordatorio constante de las inscripciones y lograr la persuasión de inscribirse. **TOTAL HORAS: 50 HORAS**

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

Ilustración 2. Evidencia atención aspirante vía correo electrónico

Gestión de Sistemas de Información Gerencial

SV Seneida Velasquez <seneida.velasquezS@gmail.com>
Mié 17/03/2021 9:14 PM
Para: Direccion de Postgrados; ASPIRANTES POSTGRADOS; Esp. en Gerencia para el Desarrollo Organizacional

Saludos
Solicito amablemente que me informen sobre las inscripciones para la especialización Gestión de Sistemas de Información Gerencial

Gracias
Gracias

SENEIDA VELÁSQUEZ C.
TEL 3136082994

AP ASPIRANTES POSTGRADOS
Jue 18/03/2021 8:15 AM
Para: Seneida Velasquez <seneida.velasquezS@gmail.com>

brochuregestion_s(1).pdf
7 MB

Recibe un cordial saludo
Estimada Sneida Velásquez

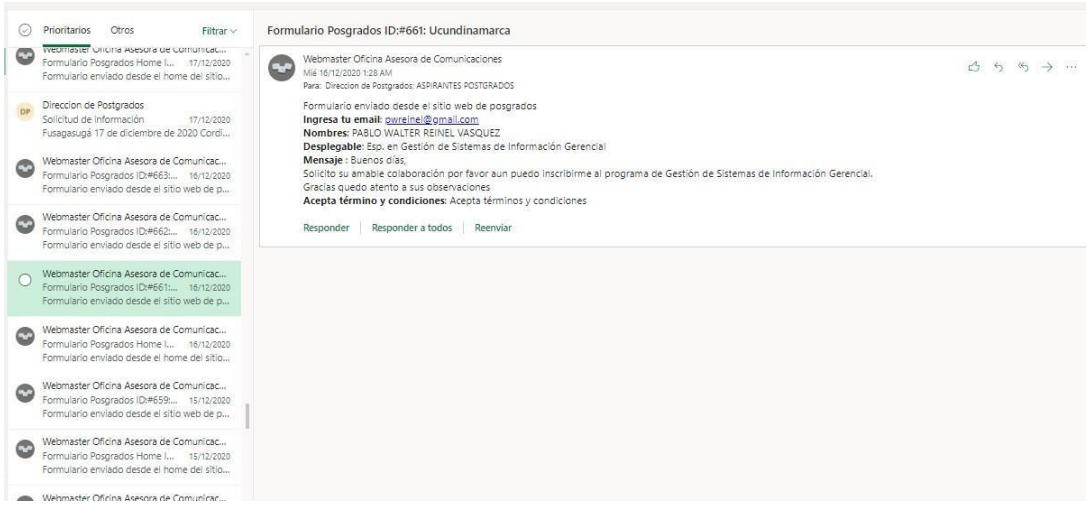
Para nosotros es un gusto poder saludarte e informarte acerca del programa de tu interés, adjuntaremos información

GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL
Metodología: Virtual
Duración: 2 Semestres
Créditos Académicos: 24 créditos
Inversión: 5 SMMLV Semestre
Descuento del 20% para egresados y/o 10% con certificado electoral
Título: Especialista en Gestión de Sistemas de Información

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

7. **Responder los formularios enviados por comunicaciones:** Se tuvo comunicación con los aspirantes que se adjuntó en las bases de datos y formularios enviados por comunicaciones. Según las personas que se comunicaron a través de sitios oficiales de la Universidad de Cundinamarca, comunicaciones envió la información de estas personas, con la descripción de la carrera de interés y datos de contacto para responder a su solicitud, así mismo, se anexó estos contactos a la base de datos de interesados para continuar con el marketing a través del medio de comunicación de preferencia, que se especificó, bien sea, WhatsApp, correo electrónico, llamada telefónica. Está información que envió comunicaciones brindó la oportunidad de llegar a las personas que desconocían los medios oficiales de comunicación con posgrados, así mismo, a través de estos formularios se dio a conocer gran cantidad de clientes potenciales con los que se buscó tener contacto directo y continúo para incentivar las inscripciones. **TOTAL HORAS: 45 HORAS**

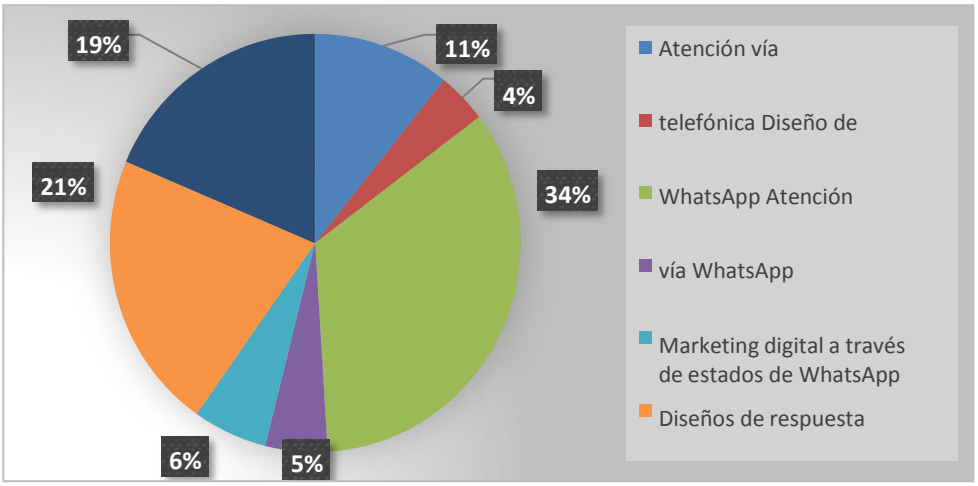
Ilustración 3. Evidencia respuesta a formulario de comunicaciones



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

8. **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, se envió las evidencias a los respectivos coordinadores del programa al que pertenecían. En esta actividad, se vio en la necesidad de comunicación con otras dependencias, lo que fortaleció el conocimiento de los requisitos obligatorios para solución de estas problemáticas. **TIEMPO: 36 HORAS**

GRAFICA N°1 TIEMPO EMPLEADO PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO N°1



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

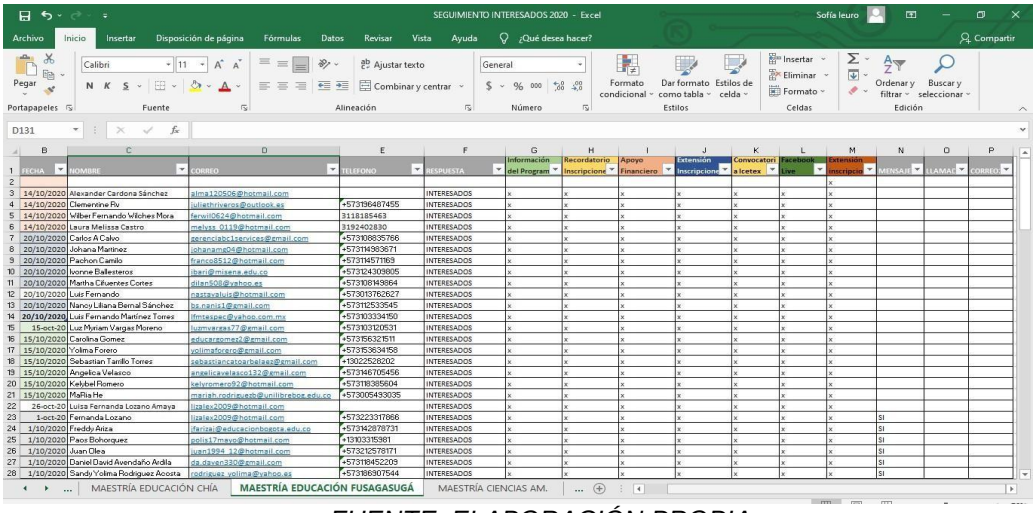
4.2 OBJETIVO Nº 2 :

Apoyar el seguimiento de Interesados, Inscritos y Pre-Inscritos de los diferentes programas de Posgrados

Actividades:

1. **Creación de base de datos "Interesados IIPA 2020":** Se creó una base de datos en la que se adjuntó de manera clara los aspirantes correspondientes a cada programa de posgrado, según los datos que suministraron, como el correo electrónico y número telefónico. Adicionalmente, se especificó la información que se envió a cada persona, según fechas y campañas de Email Marketing, para así tener claridad y orden de la información que se proporcionó según la fecha de comunicación, de este modo conseguir que los aspirantes estén actualizados de información sin importar el momento en el ciclo de inscripciones. **TIEMPO: 50 HORAS**

Ilustración 4. Base de datos interesados IIPA 2020

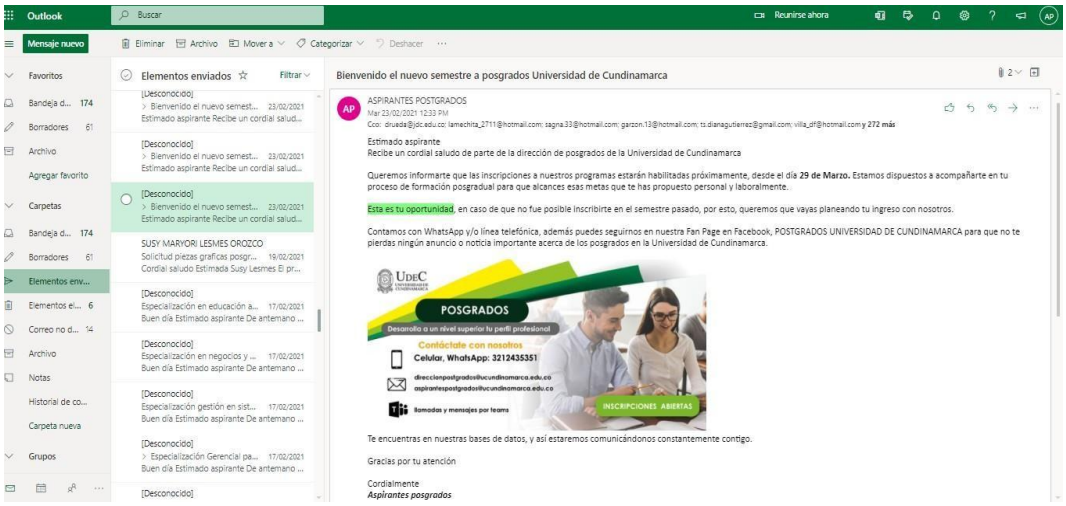


FECHA	NOMBRE	CORREO	TELEFONO	RESPUESTA	Información del Program	Recordatorio Inscripcione	Apoyo Financiero	Extensión Inscripciones	Convocatori a Icetex	Facebook Live	Extensión inscripcio	MENSAJ	LLAMAD	CORREO
											x			
14/10/2020	Alexander Cardona Sánchez	alma120506@hotmail.com		INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
14/10/2020	Clementine Riv	juliethrivaros@outlook.es	+573196487455	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
14/10/2020	Wilber Fernando Wilchez Mora	feruvil0624@hotmail.com	3118185463	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
14/10/2020	Laura Melissa Castro	melyss_0119@hotmail.com	3192402830	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Carlos A Calvo	gerencia3c1services@gmail.com	+573108835766	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Johana Martinez	johanamp04@hotmail.com	+573114363671	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Pachon Camilo	franco8512@hotmail.com	+573114571169	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Ivonne Ballesteros	ibari@misena.edu.co	+573124309805	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Martha Cifuentes Cortes	dilari501@yahoo.es	+573108149864	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Luis Fernando	oastavaluis@hotmail.com	+573017762627	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Nancy Liliana Bernal Sánchez	bs.nanis1@gmail.com	+573112533545	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
20/10/2020	Luis Fernando Martínez Torres	lfmtespec@yahoo.com.mx	+573103334150	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
15-oct-20	Luz Myriam Vargas Moreno	luymvargas77@gmail.com	+573103120531	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
15/10/2020	Carolina Gomez	educargomez2@gmail.com	+573156332511	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
15/10/2020	Yolima Forero	yolimaforero@gmail.com	+573153634158	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
15/10/2020	Sebastian Tarrillo Torres	sebastiancatoarbalaez@gmail.com	+13022528202	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
15/10/2020	Angelica Velasco	angelicavelasco132@gmail.com	+573146705456	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
15/10/2020	Kelybel Romero	kelyromero92@hotmail.com	+573118385604	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
15/10/2020	MaRia He	mariah.rodriguezh@unilibrebog.edu.co	+573005433035	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
26-oct-20	Luisa Fernanda Lozano Amaya	lizalex2009@hotmail.com		INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x			
1-oct-20	Fernanda Lozano	lizalex2009@hotmail.com	+573223317866	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x	SI		
1/10/2020	Freddy Ariza	fariza@educacionbogota.edu.co	+573142878731	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x	SI		
1/10/2020	Paos Bohorquez	polis17mayo@hotmail.com	+13103315361	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x	SI		
1/10/2020	Juan Olea	juan1994_12@hotmail.com	+573212578171	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x	SI		
1/10/2020	Daniel David Avendaño Ardila	da.daven330@gmail.com	+573118452209	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x	SI		
1/10/2020	Sandy Yolima Rodriguez Acosta	rodriguez_yolima@yahoo.es	+573186307544	INTERESADOS	x	x	x	x	x	x	x	SI		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

2. **Envío de campañas de Email Marketing**: Se envió información a los aspirantes acerca de fechas importantes, descripciones detalladas del proceso de inscripción, eventos de divulgación, Webinar. Por otra parte, se envió mensajes motivacionales, con datos relevantes de posgrados en Colombia y en la Universidad de Cundinamarca, entre otros. Estas campañas se realizaron semanalmente, lo que permitió tener contacto constante con los interesados sin llegar al exceso, se realizó de esta manera con el objetivo de informar adecuadamente a las personas acerca de la dirección de posgrados y los beneficios, de esta manera lograr la inscripción del mayor número de personas. **TIEMPO: 85 HORAS**

Ilustración 5. Evidencia envío campaña de Email marketing



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3. **Envío de campañas de Email Marketing según los diferentes nichos de mercado:** Se envío diferentes campañas de Email Marketing a los interesados, sin embargo en cierto punto, se tuvo en cuenta los diferentes nichos potenciales de mercado, además de las personas externas, siendo estos, estudiantes de pregrado de últimos semestres y graduados, teniendo en cuenta esto, a través de gestiones internas, se logró tener contacto con los graduados y se envió información correspondiente a la oferta de posgrados y los beneficios que estas personas pueden tener, en cuanto a descuentos por egresados; por otra parte se obtuvo las bases de datos de los estudiantes de pregrado de últimos semestres**,** a este nicho se envió los beneficios que tienen al cursar este tipo de opción de grado, se especificó el proceso de inscripción y las diferencias que tienen

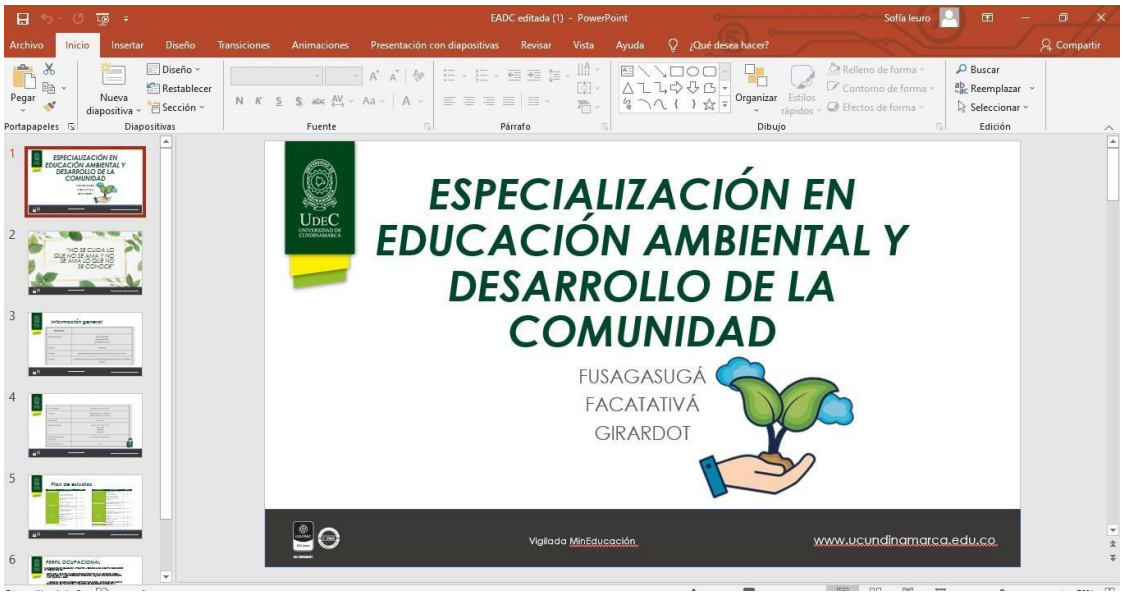
respecto a un ingreso externo, debido a que es una situación de confusión interna. De esta manera se logró aumentar el rango de personas a las que se informó estos datos, con el propósito de alcanzar un aumento en el número de inscripciones. **TOTAL, HORAS: 25 HORAS**

4. **Envío de mensajes de texto a aspirantes:** Se envió mensajes de texto a los números de contacto que especificó cada aspirante, con información relevante y precisa de fechas y eventos importantes, así mismo se adjuntó los datos de contacto oficiales de posgrados para resolver dudas, con el objetivo de tener aumento en el alcance de la información, y estar en contacto constante, así mismo, recordar las inscripciones a posgrados. **TOTAL HORAS: 12 HORAS**

5. **Comunicación con preinscritos:** Se tuvo comunicación constante con los preinscritos, se envió mensajes dirigidos únicamente a este grupo de personas con enfoque en incentivar el pago del PIN y culminar el proceso de inscripción, se recordó fechas de inscripción, facilidades de pago, mensajes motivacionales acerca de cursar el programa, entre otros, con el fin de recordar y lograr la inscripción de estas personas que han hecho la mitad del proceso de inscribirse. **TOTAL, HORAS: 18 HORAS**

6. **Creación de contenido gráfico:** Se diseñó contenido grafico publicitario acerca de los programas ofertados, tratándose de , piezas graficas de cada programa con imágenes atractivas, así mismo, a partir de la información brindada por los coordinadores de los programas, se diseñó diapositivas para cada programa, en las que se describió las características, costos, maya curricular, beneficios, perfil ocupacional y la descripción breve del tema enfocado en el programa, con imágenes relacionadas que dinamizaran la presentación, así poder brindar información amplia acerca de los programas a los aspirantes, sobre dudas frecuentes e información no especificada en las plataformas disponibles. **TOTAL HORAS: 20 HORAS**

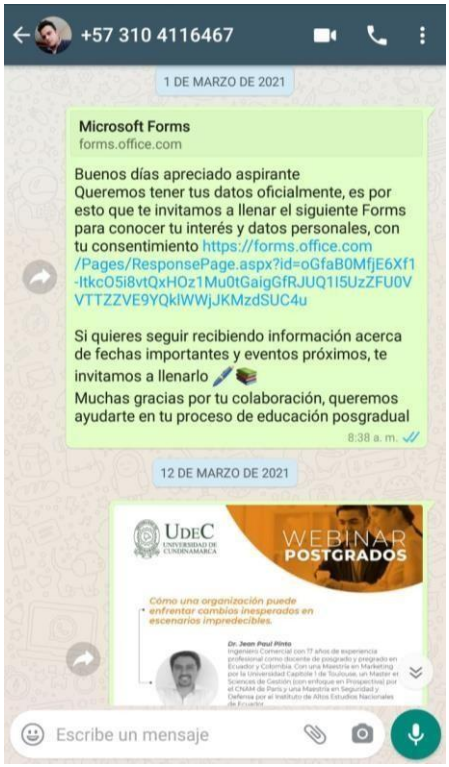
Ilustración 6. Evidencia creación de contenido gráfico



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

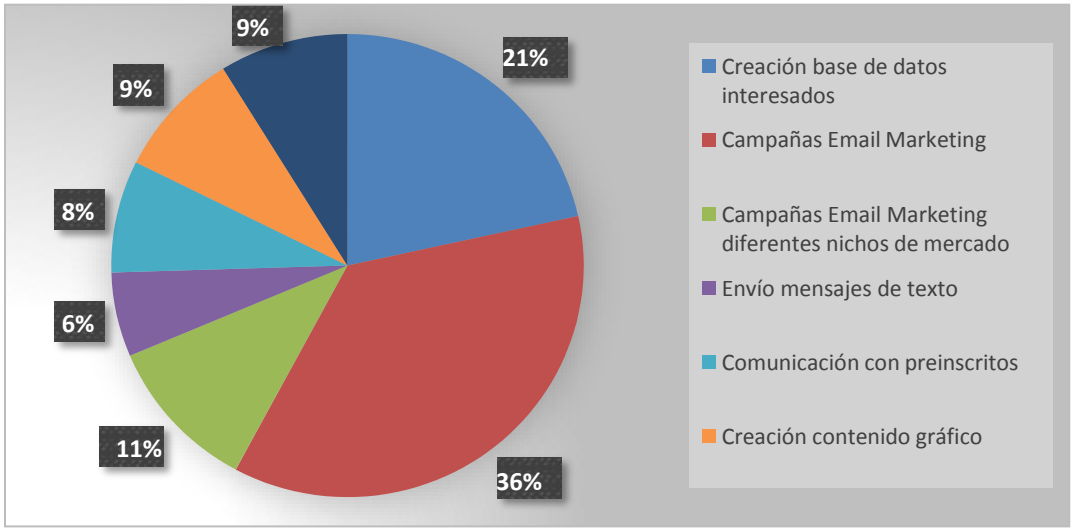
7. **Difusión de formulario de autorización del uso de datos:** Según directrices del programa integral de gestión de datos personales se creó el formulario de autorización del uso de datos de las personas que se comunicaron a través de WhatsApp, así en cuanto esta persona escribía, se notificaba y solicitaba autorización del uso de datos, adicionalmente se entregaba el formulario que el aspirante debía llenar en caso de querer recibir información constante por parte de posgrados, de esta manera, entregaba datos para adjuntar a la base de datos de interesados, este método trajo beneficios, pues anteriormente no se obtenía datos importantes como el correo electrónico, para tener una comunicación constante a través de Email Marketing, de esta manera se amplió el rango de clientes potenciales y las posibilidades de enviar información. **TOTAL HORAS: 20 HORAS**

Ilustración 7. Envío formulario autorización de uso de datos



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRAFICA N°2 TIEMPO EMPLEADO PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO N°2



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

4.3 OBJETIVO N.º 3

Acompañar los procesos de organización y control en los resultados de marketing realizados a los diferentes programas.

Actividades:

1. **Creación del informe semanal de personas inscritas y preinscritas a los distintos programas de posgrado:** Se creó el formato en Excel en el que se llevó el registro de las personas inscritas y preinscritas a cada uno de los programas, según información brindada por los coordinadores y la plataforma institucional, este informe se actualizó los viernes de cada semana, se especificó el nombre del aspirante, correo electrónico, numero de celular y documento de identificación, esto para acciones posteriores de comunicación y datos requeridos acerca de la ubicación semestral a la que aspiran.
   Esta recopilación de datos se realizó con el fin de llevar el registro que permitió control de resultados por parte de los directivos de la dirección de posgrados, pues esta información fue entregada posteriormente**. TOTAL HORAS: 25 HORAS**

Ilustración 8. Informe semanal de inscritos y preinscritos

PERIODO ACADÉMICO 2020-II INSCRITOS						
PROGRAMA	SEDE, SECCIONAL O EXTENSIÓN	ESTADO	INSCRITOS	PRIMER SEMESTRE	SEGUNDO	SEMESTRE AVANZADO
ESP. GERENCIA PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL	FUSAGASUGÁ	PENDIENTE	8	4	3	
	GIRARDOT	ACTUALIZADO	5	3	2	
	UBATÉ	PENDIENTE	1	1	0	
	CHÍA	PENDIENTE	1	0	1	
	FACATATIVÁ	PENDIENTE	8	2	6	
ESP. GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL	VIRTUAL	ACTUALIZADO	34	8	11	
ESP. EDUCACIÓN AMBIENTAL Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	FUSAGASUGÁ	PENDIENTE	4	3	1	
	GIRARDOT	ACTUALIZADO	8	2	3	
	FACATATIVÁ	ACTUALIZADO	14	2	2	
ESP. NEGOCIOS Y COMERCIO ELECTRÓNICO	FUSAGASUGÁ	PENDIENTE	2	1	1	
ESP. PROCESOS PEDAGÓGICOS DEL ENTRENAMIENTO DEPORTIVO	FUSAGASUGÁ	ACTUALIZADO	1	1	0	
	SOACHA	ACTUALIZADO	1	1	0	
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN	FUSAGASUGA	PENDIENTE	4	4	0	
	CHÍA	ACTUALIZADO	4	3	1	
MAESTRÍA EN CIENCIAS AMBIENTALES	FUSAGASUGÁ	ACTUALIZADO	9	4	0	
			104	39	31	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

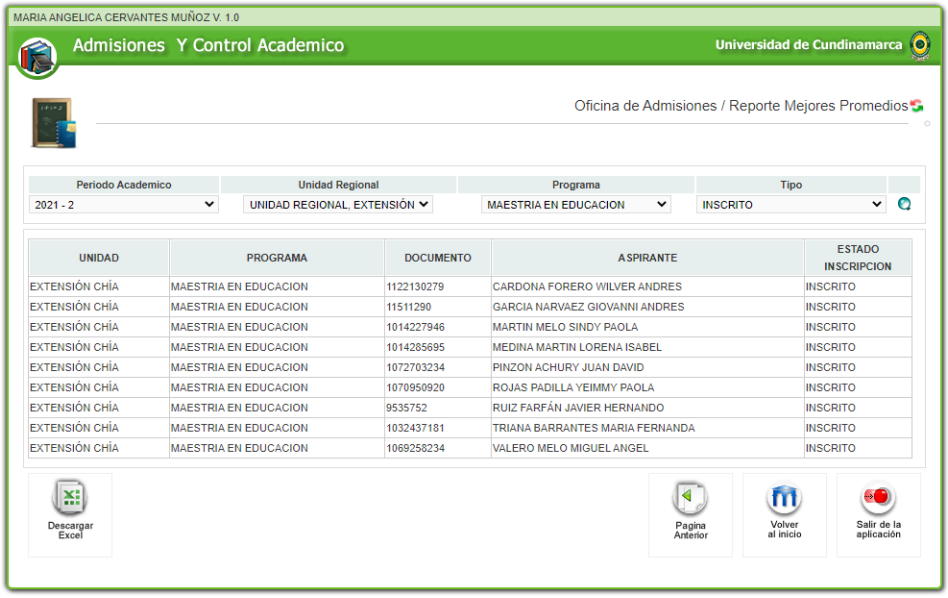
2. **Recopilación de información acerca inscritos y preinscritos segúnla plataforma institucional:** A través de la plataforma institucional perteneciente a la directora de posgrados se tuvo acceso a los informes actualizados de inscritos y preinscritos de los distintos programas, clasificados por sede, por ende, se pudo realizar el respectivo informe

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

semanal y mensual, además, se definió la ubicación semestral a la que aspiran, por medio de la plataforma y el documento de identificación de cada persona, lo que es relevante en los procesos de control de resultados, pues, evidencia la cantidad de aspirantes que se dirigen a primer o segundo semestre, así diseñar las debidas estrategias y procesos que esto conlleve. **TOTAL HORAS: 55 HORAS**

Ilustración 9. Recopilación de información según la plataforma



UNIDAD	PROGRAMA	DOCUMENTO	ASPIRANTE	ESTADO INSCRIPCION
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	1122130279	CARDONA FORERO WILVER ANDRES	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	11511290	GARCIA NARVAEZ GIOVANNI ANDRES	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	1014227946	MARTIN MELO SINDY PAOLA	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	1014285695	MEDINA MARTIN LORENA ISABEL	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	1072703234	PINZON ACHURY JUAN DAVID	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	1070950920	ROJAS PADILLA YEIMMY PAOLA	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	9535752	RUIZ FARFÁN JAVIER HERNANDO	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	1032437181	TRIANA BARRANTES MARIA FERNANDA	INSCRITO
EXTENSIÓN CHÍA	MAESTRIA EN EDUCACION	1069258234	VALERO MELO MIGUEL ANGEL	INSCRITO

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3. **A Suministro de información acerca de resultados de inscripciones mensual en el Comité:** Se comunicó a todos los pertenecientes de la dirección de posgrados el número de inscritos y preinscritos a los programas, con el fin de realizar control de resultados que permita determinar estrategias para mejorar los resultados con respecto a las falencias que se tuvieron e incentivar el marketing a los programas que no lograron el objetivo de inscritos, respecto a lo anterior se mantuvo comunicación con los coordinadores de los programas, donde expresaron sus deseos y recomendaciones en cuanto a la publicidad que se envió. **TOTAL HORAS: 8 HORAS**

4. **Apoyo al diseño del plan de marketing de dirección posgrados** Se apoyó la creación de actividades a cumplir, con los debidos indicadores de control, encaminados a lograr una gran cobertura del Marketing digital, a

través de los medios de comunicación, y plataformas oficiales de la Universidad de Cundinamarca, con ayuda del área de comunicaciones, así publicar contenido de valor que informe a los interesados de los beneficios y características de la dirección de posgrados.

Por otra parte, se dio seguimiento a los resultados, a través del anexo de las debidas evidencias que mostraron el cumplimiento de las actividades relacionadas con el marketing digital en atención al público, así verificar el cumplimiento de los objetivos por medio de los indicadores planteados, y proceder a crear estrategias y agilizar las existentes para incrementar los resultados. **TOTAL HORAS: 40 HORAS**

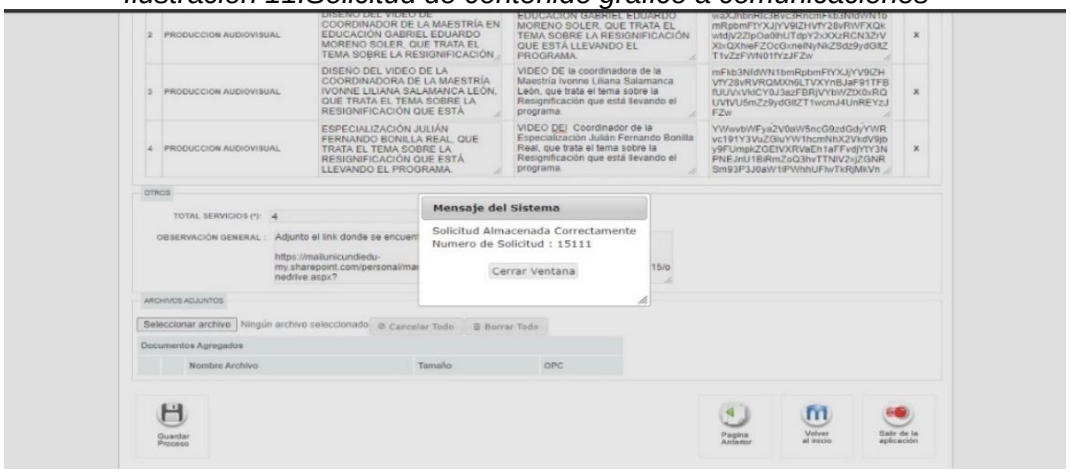
Ilustración 10. Plan de marketing postgrados

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N°	PRINCIPALES	OBJETIVOS	Indicador	Actividades	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre	Resultado	Descripción	Ubicación	
1	Plan de acción anual	*Promocionar la oferta de formación posgradual a públicos de interes * Incrementar el numero de seguidores en las redes sociales * Incrementar numero de inscripciones por programa	Veinte (20) noticias o contenidos de valor por trimestre	Desarrollar noticias o contenidos de valor para publicación en facebook pagina Universidad y Postgrados	Mas Noticias					Evidencias de las 20 noticias o contenidos desarrollados	link drive compartido	
2			Un (1) actualización a la pagina web de postgrados	Actualización pagina web postgrados	NO Aplica							
3			Un (1) evento de divulgación de programas por semestre	Un (1) evento de divulgación de programas por semestre								
4			Un (1) webinar, evento o masterclass por mes	Desarrollo de webinar, evento o masterclass por mes								
5			Ocho (8) brochure programas de postgrado	Desarrollo de los brochures por programa								
6			Una (1) presentación institucional de programas de postgrado	Desarrollo de presentación institucional para promocionar programas postgrados								
7			Treinta (30) aspirantes atendidos por mes	Atención a aspirantes mediante whatsapp y via telefónica								
8			Veinte (20) aspirantes atendidos por mes	Atención a aspirantes mediante correo electrónico					2 objetivos especificos de cada uno.			
9			Dos (2) programas de radio por mes	Desarrollo de programas de radio para canal conversando con postgrados								
10			Tres (3) campañas desarrolladas por mes	Campañas de e-mail marketing institucional y whatsapp								
11			1 video semanal	Creación de videos por programa								

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

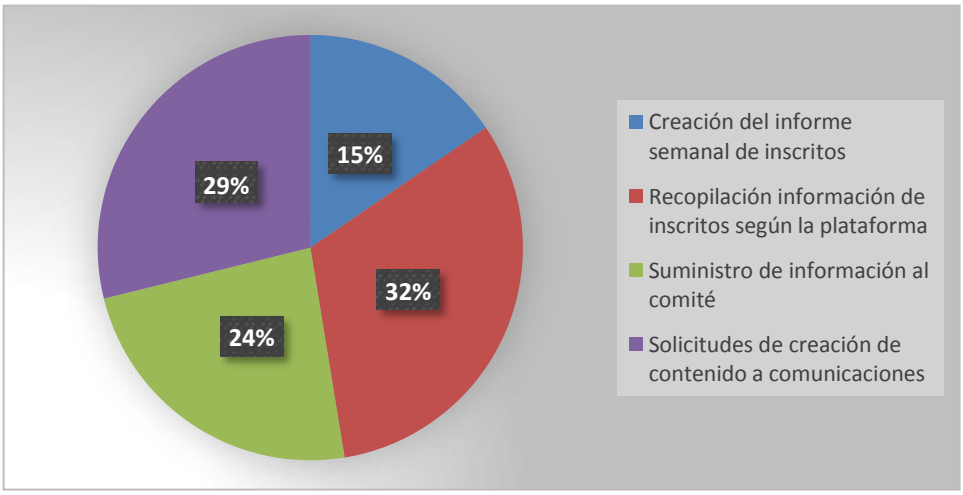
5. **Realizar solicitudes de creación de contenido publicitario al área de comunicaciones** Se apoyó el proceso de realizar solicitudes de contenido publicitario al área de comunicaciones a través de la plataforma institucional, se adicionó las especificaciones, objetivos y detalles de importancia, que fueron dirigidos por el área de marketing posgrados, con el objetivo de crear contenido de valor y publicarlo en los distintos medios oficiales de posgrados y de la Universidad de Cundinamarca.
Así mismo se adicionó correcciones de ser necesarias.
TOTAL HORAS: 49 HORAS

Ilustración 11.Solicitud de contenido grafico a comunicaciones



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

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



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

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

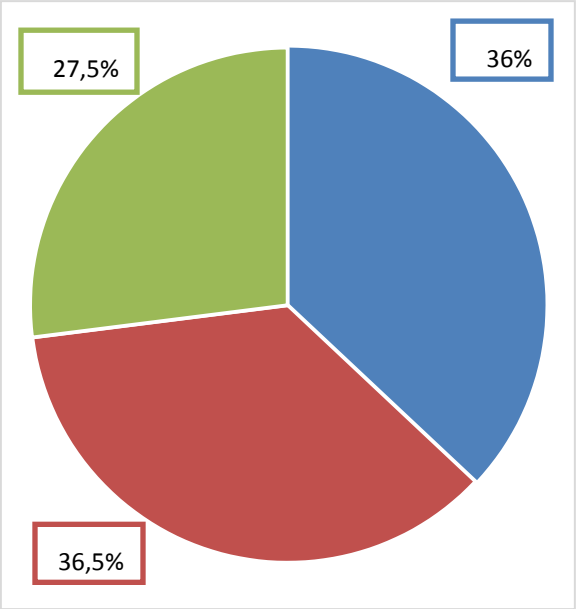
N°	OBJETIVOS	TIEMPO EMPLEADO EN HORAS	TIEMPO EN %
1	Asistir la actividad de marketing digital concerniente a clientes externos potenciales, a través de los diferentes medios de comunicación aprobados por la institución, de personas preinscritas e inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca.	233	36,5%
2	Apoyar el seguimiento de Interesados, Inscritos y Pre-Inscritos de los diferentes programas de Posgrados.	230	36%
3	Acompañar en los procesos de organización y control en los resultados de marketing digital realizados para los diferentes programas.	177	27,5%
TOTAL DE HORAS POR OBJETIVO		640	100%

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

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

Tabla 4. GRÁFICO TIEMPO IVERTIDO POR OBJETIVOS



1. Asistir la actividad de marketing digital concerniente a clientes externos potenciales, a través de los diferentes medios de comunicación aprobados por la institución, de personas preinscritas e inscritas a la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca

2. Apoyar el seguimiento de interesados, inscritos y preinscritos de los diferentes programas de posgrados.

3. Acompañar los procesos de organización y control en los procesos de marketing digital realizados por los diferentes programas

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 *"Asistir la actividad de marketing digital concerniente a clientes externos potenciales, a través de los diferentes medios de comunicación aprobados por la institución, de personas preinscritas e inscritas a las Dirección de Posgrados"* conveniente al 36,5% con el total de 233 horas, debido a las actividades constantes que se realizaron diariamente para el cumplimiento de este objetivo, en las que se brindó atención a los aspirantes que presentaron dudas y solicitudes de información, se usó distintas estrategias y alternativas que optimizaran los tiempos y mejoraran la gestión de estas actividades constantes.

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

Por consiguiente, el objetivo N° 2 *“Apoyar el seguimiento de interesados, inscritos y preinscritos de los diferentes programas de posgrados ”* equivalente al 36% y 230 horas, es el objetivo que prosigue con mayor inversión de tiempo, cabe resaltar que constó de tiempo similar al objetivo anterior, puesto que las actividades que involucraban a dicho objetivo, se relacionan y complementan con este, se tiene en cuenta que en este objetivo se da un seguimiento a los aspirantes que ya se atendieron, con el envío de información semanal a través de estrategias publicitarias como email marketing, mensajes de texto, y siguiendo el proceso individual de cada interesado, estas tareas consistieron en una labor diaria igualmente, que se realizó de la mano con las actividades anteriores.

Finalmente, el Objetivo N° 3 *“Acompañar los procesos de organización y control en los proceso de marketing digital realizados por los diferentes programas”* con el porcentaje del 27,5% correspondiente 117 horas en total, fue el objetivo que menos inversión de tiempo demandó, puesto que , las actividades realizadas para llevar a cabo este objetivo se realizaron en días oportunos, de la semana y mes, con el fin de brindar información actualizada acerca de los resultados obtenidos en cuanto a inscripciones, a excepción de las solicitudes de piezas gráficas a comunicaciones, por lo que en sumatoria requieren menos tiempo que las actividades diarias que se llevaron a cabo en los anteriores objetivos.

Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

5. CONCLUSIONES

1. Se mantuvo comunicación asertiva y constante con los aspirantes a los programas de posgrado que solicitaron información, acerca de los procesos de inscripción, características, beneficios, o resolución de inconvenientes, según correspondió. Mediante el uso de las tecnologías aplicadas en los distintos medios de comunicación oficiales de la Dirección de Posgrados, tratándose de , WhatsApp, línea telefónica y correo electrónico exclusivo de aspirantes posgrados, en las distintas herramientas se manejó diferentes estrategias de Marketing, con la intención de brindar información a través de contenido de valor que fuera dinámico, ligero, fácil de entender, actualizado y arraigado a las nuevas tendencias, así llegar a los distintos nichos a los que están dirigidos los programas de posgrado, definidos en clientes externos profesionales en pregrado, graduados de la Universidad de Cundinamarca y estudiantes de últimos semestres de pregrado de la misma.

   .

2. Mediante la recopilación de los datos personales de los interesados en los programas ofertados en una plantilla de Excel, se tuvo el registro y orden acerca del suministro de información que se envió semanalmente, tratándose de campañas de Email Marketing, para esto, se definió los nichos de mercado a los que se pretendía llegar y según estos se envió la información de interés para cada uno, según correspondió, el contenido constaba de información descriptiva acerca de temas de inscripción, como el proceso, las fechas límites del pago PIN, los métodos de financiación, proceso de inscripción a ICETEX, beneficios, características, imágenes de valor, entre otros temas; con el objetivo de tener constante contacto con la persona, por ende, recordar los beneficios e incentivando a la inscripción, sin pasar al exceso, por esta razón se hizo semanalmente.

   Con esta estrategia de seguimiento a los aspirantes a través de campañas de email marketing y mensajes en los distintos medios oficiales se logró tener un contacto cercano; se quiso dar una comunicación familiar, así hacer sentir cómodo al aspirante de solicitar información la cantidad de veces necesaria.

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

Por otra parte, se resolvió dudas e inconvenientes presentados en los procesos para inscripción, con la debida gestión, se redireccionó a usuarios u oficinas específicas, además se presentó los diferentes problemas ante ladirección de posgrados o el área a la que correspondió, de ser necesario, así solucionar de manera óptima los problemas y acelerar los procesos de inscripción.

3. A través del suministro de información a la dirección de posgrados conformada por la directora, coordinadores y funcionarios, se logró tener registro semanal de los inscritos y preinscritos de cada programa, con el fin de evaluar los resultados obtenidos, de esta manera, diseñar estrategias y alternativas innovadoras y creativas para fomentar las inscripciones, especialmente en aquellos programas que tienen una cantidad menor de inscritos, así mismo, se tuvo comunicación y acompañamiento constante con los coordinadores de los programas, con esto se logró establecer las estrategias que consideraban pertinentes para implementar en las técnicas de marketing.

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

6. RECOMENDACIONES

1. Agilizar los procesos internos, se tiene en cuenta el cambio que se presentó de directora de la dirección de posgrados, que trajo consigo ciertas mejoras en los procesos internos en cuanto al plan de marketing, por ende, hubo una transformación en la gestión de acciones, en la que se aceleró los esfuerzos, se crearon estrategias efectivas y se llevó a cabo el debido plan de acción, que se vio afectado por demoras en los colaboradores y en dependencias externas que colaboran en los procesos de marketing. Se tendría un mayor alcance en publicidad si se agilizan los procesos para llevar a cabo cada pieza publicitaria, desde los encargados de la producción y diseño, hasta el área que se encarga de edición y publicación. Debido a lo anterior se aumenta los tiempos de espera entre cada publicación del contenido de valor, que, si se trata de tiempos de inscripciones, cumple un papel fundamental**.**

2. Contar con plan de minutos y mensajes de texto, esta herramienta traería grandes beneficios, el marketing aumentaría, se tendría un contacto directo con el aspirante, en el que se abre un espacio definido para resolver dudas e inconvenientes en un instante, que evitaría procesos que se extienden en el tiempo y provocan demora en los procesos de inscripción, como agregar el número de WhatsApp, esperar respuesta, o si bien, buscar el correo electrónico, de esta manera además, se pueden recordar las fechas de inscripción y exponer beneficios, así persuadir al aspirante.

3. Realizar reuniones de “Grupo focal de estudiantes de posgrados” se trata de reuniones dónde se cita a cierto número de estudiantes, y se les cuestiona acerca de lo que perciben de las herramientas de marketing que se implementan actualmente, se tratan temas sobre cómo se enteraron de la oferta de posgrados y que mejorarían de esto, y de los medios de comunicación actuales.

   El objetivo es encontrar falencias, y descubrir lo que piensan los estudiantes de la actualidad acerca de los procesos que se implementan, además de reunir y apreciar las ideas que tienen acerca de alternativas de mejora creativas que se pueden implementar. Lo anterior sería un excelente método de medir el nivel de satisfacción de los aspirantes promedio e implementar nuevas estrategias según las perspectivas y tendencias que se presentan.

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

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Informes 1,2,3,4 de la pasantía titulada “Apoyo al Plan de Marketing Digital de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca Sede Fusagasugá IIPA 2020 - IPA 2021”
- Rodríguez, L. (2020). Apoyo al Plan de Marketing Digital de la Dirección de Posgrados Universidad de Cundinamarca Sede Fusagasugá IPA 2020-IIPA2020” tomado de: http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/2555

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

EVALUACIÓN Y APROBACIÓN DEL INFORME

CARLOS ARTURO NÁRVAEZ BENAVIDES
ASESOR INTERNO

MARÍA ANGÉLICA CERVANTES M.
ASESOR EXTERNO

FIRMA COORDINADOR PASANTIAS
OCTAVIO MARENTES GOZALEZ
VoBo COORDINADOR DE PRÁCTICAS PROYECCIÓN SOCIAL Y PRÁCTICAS DE EXTENSIÓN.
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SEDE FUSAGASUGÁ

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