

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

**1. OBJETIVO:**

Consolidar el portafolio institucional para definir las estrategias de promoción que permitan atraer un mayor número de usuarios.

**2. ALCANCE:**

Inicia con la validación de la oferta académica y de servicios, y finaliza con la evaluación y seguimiento del plan de mercadeo. Este procedimiento aplica para la oferta de los programas de educación formal (Pregrado y Posgrado) y como apoyo a la oferta de los programas de educación no formal y los centros de servicios.

**3. DEFINICIONES:**

- **Portafolio de servicios:** documento guía que especifica los servicios que ofrece la institución.
- **Benchmarking:** proceso para comparar la oferta institucional con la de la competencia y definir con mayor precisión fortalezas y debilidades.
- **Servicios de extensión:** Todos aquellos relacionados con la caracterización de necesidades, asesorías, asistencia técnica, diseño y ejecución de proyectos, investigación contratada, servicios de veeduría, interventoría, auditoría y Educación Continua.
- **Plan de mercadeo:** documento guía que contiene las estrategias para la promoción de los servicios de la Universidad que se ejecutan durante un periodo de tiempo determinado.
- **Plan de medios:** documento que contiene las estrategias publicitarias que se ordenan en los medios tradicionales y no tradicionales durante cada vigencia.

**4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA:**

- Plan de desarrollo institucional.
- Documento maestro de creación y renovación de registro calificado de programas.
- Informes de gestión.
- Oferta de servicios de los centros de servicios, facultades y áreas de apoyo.
- Normatividad interna relacionada con la creación de servicios institucionales.

CONTROL	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
<b>Nombre</b>	Jorge Andrés Gamboa Silvia Tatiana Giraldo	Miguel David Blanco Quintero	Angela María Gallón Botero
<b>Cargo</b>	Analista de Mercadeo Pregrado Analista de Mercadeo Posgrado	Analista de Procesos	Jefe de Mercadeo
<b>Fecha</b>	17/09/2019	03/10/2019	9/10/2019

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

- Resolución 12220 de 2016 del Ministerio de Educación Nacional. Por la cual se regula la publicidad que realizan las instituciones de educación superior.
- Acuerdo 0248 del 2017 expedido por el Consejo Superior, por el cual se establece la política de becas para la Universidad CES.
- Decreto 1330 del 25 de julio de 2019.

**5. CONDICIONES GENERALES:**

- Las facultades que crean nuevos programas académicos deberán informar a la Dirección Académica el respectivo documento maestro del programa, quien a su vez informará a la oficina de mercadeo las resoluciones que confirman la creación de los mismos.
- Solo se hará oferta de los programas de pregrado y posgrado con registro calificado vigente.
- La oferta del portafolio de servicios institucional está condicionada a la verificación y actualización permanente de la normatividad interna y externa.
- El informe de gestión de cada vigencia es el punto de partida para la planeación correspondiente.
- El desarrollo de las estrategias de mercadeo institucional en la Universidad tendrá en cuenta factores externos cuando sea requerido.
- El plan de mercadeo de la institución podrá estar limitado en la planeación y ejecución del mismo, por las características del entorno en las que éste pretende ser desarrollado (manifestaciones, paros, recursos, entre otras).
- El plan de mercadeo se realiza anualmente.

**6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:**

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
1	Validar la oferta académica y de servicios de la institución	<p>Para la validación de la oferta de servicios institucionales es necesario conocer los servicios vigentes por cada unidad prestadora de servicios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicios de educación formal: La Dirección Académica es la encargada de reportar a la oficina de Mercadeo la creación de nuevos programas y/o renovación de los registros calificados. Las facultades reafirman esta información.</li> </ol>	Analista de calidad en la educación superior	<p>Correos electrónicos</p> <p>Portafolio pregrados</p> <p>Portafolio posgrados</p>



**UNIVERSIDAD CES**

Un compromiso con la excelencia

VEGILADA MINEDUCACIÓN

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		<p>2. Servicios de educación no formal y otros: Las facultades permanentemente reportan la actualización de los servicios ofertados en cada una de ellas a la oficina de extensión, y esta a su vez se encarga de consolidar la oferta institucional que se formaliza en el portafolio de educación continua y servicios de extensión. Nota: otros servicios relacionados con los centros especializados denominados servicios de extensión también son consolidados por esta oficina.</p> <p>3. Oferta de los centros de servicios: Las gerencias de los centros de servicios anualmente actualizan su oferta y la comunican a las oficinas de extensión y mercadeo para su difusión.</p>	<p>Coordinadores de extensión de las facultades.</p> <p>Coordinadora de alianzas estratégicas.</p> <p>Coordinadores centros especializados.</p> <p>Gerentes centros de servicios.</p>	<p>Portafolio educación continua y servicios de extensión.</p> <p>Portafolio centros servicios.</p>
2	Identificar fortalezas de cada programa y/o servicio	<p>1. Servicios de educación formal: A partir del documento maestro, de la información remitida por la dirección académica y de las reuniones con los coordinadores de programas, se identifican los principales aspectos a resaltar que ayudan a la definición de las estrategias de promoción. Algunos factores diferenciadores son: énfasis de los programas, duración, costos, dobles titulaciones, dobles programas, convenios con IES públicas o privadas, pasantías, número de créditos, prácticas, entre otros.</p> <p>2. Servicios de educación no formal y otros: La jefatura de extensión conjuntamente con los jefes de educación</p>	<p>Jefes de pregrados y posgrados</p> <p>Jefe de mercadeo</p> <p>Analista de mercadeo pregrado</p> <p>Analista de mercadeo posgrado</p>	<p>Promoción programas de pregrado y posgrado.</p>

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		<p>continua de cada facultad, definen las fortalezas de sus programas con miras a la promoción del portafolio institucional.</p> <p>3. Oferta de los centros de servicios: A partir de evaluaciones y necesidades internas se definen aspectos diferenciadores para la prestación de servicios tales como: costos, ubicación, tecnología, capacidad de respuesta, capacidad instalada, profesionales y especialistas, entre otros.</p> <p>Las fortalezas identificadas en cada uno de los programas y servicios quedan consignadas en las piezas publicitarias al momento de la promoción.</p>	<p>Coordinadores de extensión de las facultades.</p> <p>Coordinadora de alianzas estratégicas.</p> <p>Coordinadores centros especializados.</p> <p>Gerentes centros de servicios.</p>	
3	Identificar público objetivo	De acuerdo con el portafolio institucional y con los encargados de los programas y servicios se identifica el público objetivo, es decir a quien va dirigido el programa o servicio.	<p>Jefes de pregrados y posgrados</p> <p>Coordinadores académicos de programa de posgrado</p> <p>Jefe de mercadeo</p> <p>Analista de mercadeo pregrado</p> <p>Analista de mercadeo posgrado</p>	<p>Promoción programas de pregrado y posgrado.</p> <p>FR-ME-002 Formato identificación público objetivo</p>

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
			Coordinadores de extensión de las facultades.  Coordinadora de alianzas estratégicas.  Coordinadores centros especializados.  Gerentes centros de servicios.	
4	Definir las estrategias de promoción	<p>Para la definición de estrategias de promoción de los servicios institucionales, es necesario llegar a acuerdos con los líderes de cada uno de los procesos académicos y de servicios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Servicios de educación formal:</b> La oficina de mercadeo se reúne con los jefes de pre y pos para la definición de estrategias que impacten la promoción de dichos programas. Lo tratado en estas reuniones y los acuerdos a los que se llegó son el insumo para el plan de mercadeo.</li> <li><b>Servicios de educación no formal y otros:</b> Extensión es la oficina encargada de definir las estrategias de promoción. Mercadeo apoya al área con las plataformas que tiene a disposición para las estrategias de promoción.</li> </ol>	Jefes de pregrados y posgrados  Coordinadores académicos de programa de posgrado  Jefe de mercadeo  Analista de mercadeo pregrado  Analista de mercadeo posgrado	NA

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		<p>3. <b>Centros de servicios:</b> Los centros de servicios de acuerdo con la política de extensión están adscritos a esta área. Mercadeo apoya con las plataformas que tiene a disposición.</p>	Gerentes centros de servicios.	
5	Construir Plan de mercadeo	<p>Con base en las actividades acordadas y las necesidades detectadas en el entorno (mediante solicitudes y oferta), se elabora el plan de mercadeo que contiene las estrategias de acercamiento a los grupos de interés de la Universidad y la definición de actividades que generen valor agregado y que sean de interés académico para la promoción de servicios y posicionamiento de la marca CES.</p>	<p>Analista de posgrado</p> <p>Gerentes centros de servicios.</p> <p>Coordinadores de extensión de las facultades.</p> <p>Coordinadora de alianzas estratégicas.</p>	NA
6	Diseñar concepto publicitario	<p>Se debe desarrollar el concepto publicitario y las piezas publicitarias que acompañarán la promoción de los servicios de la Universidad CES.</p> <p>Para ello se debe solicitar a la Oficina de Comunicación Organizacional el acompañamiento para definir el concepto gráfico conforme la imagen institucional y las necesidades de divulgación de información de acuerdo al plan de mercadeo.</p> <p>El material de apoyo para la divulgación de información y oferta de los servicios es elaborado por la Oficina de Comunicación Organizacional.</p>	<p>Jefe de mercadeo</p> <p>Analista de mercadeo pregrado</p> <p>Analista de mercadeo posgrado</p> <p>Jefe de Comunicación organizacional</p> <p>Publicistas</p>	Material gráfico y publicitario

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
7	Ejecutar plan de mercadeo	<p>Se deben desarrollar las actividades y compromisos generados en el plan de mercadeo de acuerdo al cronograma establecido: Estas son algunas de las actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias</li> <li>• Charlas institucionales</li> <li>• Charlas informativas por programas</li> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Citas personalizadas</li> <li>• Giras Nacionales</li> <li>• Tertulias CES</li> <li>• Un Día CES</li> <li>• Charlas empresariales</li> <li>• Congresos académicos</li> <li>• Un día ces Visitantes</li> <li>• Evento de becas y fortalecimiento educativo</li> <li>• Otros realizados por los centros de servicios y extensión.</li> </ul>	<p>Jefe de Mercadeo</p> <p>Analista de pregrado</p> <p>Analista de posgrado</p> <p>Gerentes centros de servicios.</p> <p>Coordinadores de extensión de las facultades.</p> <p>Coordinadora de alianzas estratégicas.</p>	FR-ME-001 Registro de actividades promocionales
8	Realizar seguimiento y evaluación del plan de mercadeo	<p>Semestralmente se hace el seguimiento para evaluar los resultados de las actividades realizadas en reuniones sostenidas con los Decanos y/o jefes de programas. En dichas reuniones se determinan las nuevas acciones a ejecutar.</p> <p>Cuando sea necesario se realizan ajustes al plan.</p> <p>Nota: Se deben tener en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos para la evaluación del impacto de las estrategias desarrolladas:</p>	Jefe de Mercadeo	Acta

**PROCEDIMIENTO PARA CONSOLIDACIÓN DEL PORTAFOLIO Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA  
UNIVERSIDAD CES**

Código: PR-ME-001

Fecha: 9/10/2019

Versión: 01

**PROCESO**

**MERCADEO**

N	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de colegios visitados</li> <li>• Número de matriculados</li> <li>• Estudiantes impactados</li> <li>• Lugares donde no se hizo presencia</li> <li>• Número de convenios que se lograron activar</li> <li>• Número de empresas visitadas</li> <li>• Numero de egresados aspirantes a posgrado que se matricularon</li> <li>• Resultados de la ejecución del plan de medios</li> </ul> Evaluación de los medios tradicionales (prensa, radio, televisión, entre otros)		

**CONTROL DE CAMBIOS**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN	CAMBIO REALIZADO	RESPONSABLE DEL CAMBIO
(Incluya la última fecha de actualización del procedimiento.)	(Detalle el cambio propuesto o razón de creación del documento, frente a la pertinencia que se tiene para el cumplimiento del objetivo del proceso)	(incluya en nombre del responsable que creó o modificó el documento por última vez, cargo y Área de trabajo)