

1. OBJETIVO

Promocionar la oferta académica de la Universidad de Ibagué durante todo el año a través de diferentes estrategias de mercadeo para lograr la meta establecida en cada semestre.

2. ALCANCE

Aplica desde la planeación de las actividades de promoción hasta su ejecución y posterior evaluación

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

- **Agente:** Persona encargada de llevar a cabo gestiones de contacto.
- **Beca:** Beneficio económico que se da al estudiante cuando cumple con todos los requisitos de asignación.
- **Beca Graduados (B.G.R):** Beneficio que se aplica a los hijos de graduados de la Universidad, siempre y cuando cumplan con las condiciones establecidas para esta beca.
- **Beca Talento Tolima (B.T.T):** Beneficio que se aplica a los hijos de graduados de la Universidad, siempre y cuando cumplan con las condiciones establecidas para esta beca.
- **Encargado:** Aprueba el trabajo realizado y es quien debe asegurar que se cumplan las actividades.
- **Evento:** Actividad que realiza la Universidad para reunir un grupo de personas y dar a conocer sus servicios.
- **Flujo de trabajo:** Es un diagrama de flujo funcional que describe las actividades de un procedimiento.
- **Formato:** Diseño predefinido, en una hoja de papel o en medio electrónico, que nos sirve como herramienta para desarrollar y plasmar los resultados de las actividades descritas en los procedimientos e instrucciones.
- **Información Documentada:** Información que una organización tiene que controlar y mantener, y el medio que la contiene.
- **Instructivo:** Detalle de actividades particulares las cuales debido a su importancia, complejidad o extensión se documentan.
- **Manual:** Documento que da información general de la organización en temas específicos.
- **Plan:** Documento que especifica las actividades, recursos, responsables y controles aplicados a un proyecto específico.
- **Política:** Intenciones y dirección de una organización, como las expresa formalmente su alta dirección.
- **Procedimiento:** Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso.

- **Procedencia:** Lugar de residencia de donde proviene el estudiante (Ciudad, Colegio)
- **Registro:** Documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de actividades realizadas.
- **Responsable:** Persona encargada de llevar a cabo una o más actividades
- **SIG:** Sistema integrado de gestión

4. CONDICIONES GENERALES

Para llevar a cabo la promoción de la Institución se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Tener presupuesto establecido
- Listado de programas activos
- Información actualizada de los programas a promocionar

4.1 Actividades del área de Promoción y Admisión:

- Gestión de contacto con la información que se encuentra en el CRM con respecto a cada semestre o campaña. Previamente el coordinador asigna a un agente una facultad, y el agente debe cumplir con las gestiones de contacto o seguimiento, según los tipos de gestión que se encuentran parametrizados.
- Atención a usuarios según la información requerida por el usuario. Se brinda información según el interés del usuario, esta puede ser acerca del programa académico, costos, financiamiento, beneficios, becas, entre otros. En algunas ocasiones se puede realizar inmediatamente el proceso de inscripción siempre y cuando el usuario así lo desee.
- Orientación en el proceso de inscripción. Según el contacto que se tenga con el usuario, se le orientará con el paso a paso de este proceso, y posteriormente se estará haciendo el acompañamiento a través de la plataforma, hasta finalizar el proceso correspondiente.
- Gestión de la información recolectada, mediante llamadas telefónicas, mensajes por WhatsApp, envío de correo y otros medios de comunicación digital. Según el contacto y el interés que el usuario presente, así mismo se actualizará la información en las bases correspondientes.
- Elaboración de plan email marketing que se ejecutará durante cada campaña. Previamente al inicio de cada campaña, se actualiza el plan de email marketing, el cual se debe ejecutar en las fechas allí programadas, teniendo en cuenta las gestiones y nuevos requerimientos según la situación actual.
- Elaboración y ejecución de estrategias digitales, tales como: Pautas digitales en redes sociales, en Google y manejar activamente la Fan Page de Promoción.
- Se está atento a canales de comunicación como lo es correo electrónico, chat web, y redes sociales, para dar una pronta respuesta al usuario, y a su vez realizar la gestión

correspondiente según el requerimiento del usuario.

- Gestión y solicitud de becas al área de cargada teniendo en cuenta las políticas de cada beca, para su correspondiente aplicación.
- Visita colegios de Ibagué, municipios del Tolima y otros departamentos: para los colegios en Ibagué, esta actividad se realiza durante todo el año (febrero a noviembre) y para los demás colegios (municipios del Tolima y otros departamentos) se realiza de marzo a noviembre. Los objetivos son: dar a conocer los beneficios, la oferta académica, las alternativas de financiación y becas. Realizar un taller de orientación profesional de manera que los estudiantes interactúen con la Universidad. Presentación del vídeo institucional con el fin que conozcan las instalaciones y el campus Universitario, a los estudiantes de grado 11 de los diferentes colegios.
- Participación en Ferias: Esta actividad se realiza entre los meses de marzo y octubre de cada año dependiendo de las fechas que los organizadores de estas ferias programen. El objetivo de esta participación es dar a conocer a través de la distribución del material publicitario, de la información personalizada y de las charlas en auditorios la oferta académica de la universidad, a los estudiantes de grados 10 y 11 de los colegios a nivel nacional. Estas ferias se realizan en la ciudad de Ibagué, municipios del Tolima y algunos departamentos.
- Vive un día en la U: el objetivo principal de este evento es ofrecerles una experiencia universitaria a los colegios de Ibagué más representativos para la Universidad de Ibagué, este evento se realiza en los meses de marzo a octubre, se invita a los Colegio a visitar las instalaciones de la Universidad y a vivir una experiencia con los programas que ellos eligen a estudiar. Este evento se realiza cada 15 días.
- **Un día en la Universidad de Ibagué:** Un Día en la Universidad de Ibagué, es un evento que se realiza cada año con los padres y los estudiantes de grado 11 de los Colegios de la ciudad de Ibagué y municipios que llenaron la encuesta en las diferentes actividades de promoción y que manifestaron interés en alguno de los programas académicos de la universidad, con el fin de que conozcan los principales beneficios que ésta ofrece como son: las líneas de financiación y de becas, los convenios

internacionales con universidades, el amplio y acogedor campus de la universidad, las principales características y perfiles de las carreras para que así se motiven ingresen a la universidad.

- Encuentro de padres de estudiantes de primer semestre: es un evento que se realiza semestralmente con el fin de que los padres de los estudiantes que ingresan por primera vez a la institución, conozcan los principales beneficios que ésta ofrece, como son: las líneas de financiación y de becas, el acceso a las notas de sus hijos a través de Internet, los convenios internacionales con universidades, el amplio y acogedor campus donde sus hijos se desarrollarán como profesionales, las principales características y perfiles de las carreras que sus hijos escogieron, además de la interacción que realizan con los directores de programas y docentes.
- Encuentro de Rectores y Coordinadores: Tiene como principal finalidad crear y fortalecer lazos de amistad y acercamiento con los Rectores y los Coordinadores de los Colegios de los diferentes municipios del Departamento así como otros Departamentos circunvecinos, dándoles a conocer los aspectos sociales y académicos que desarrolla la Institución, teniendo como objetivo primordial la cercanía entre el Colegio y la Universidad, y que a su vez se conviertan en referentes los alumno y los padres de familia. Durante esta actividad se dan a conocer los principales beneficios de la Universidad, además, se ofrece una conferencia de interés para los Rectores y los Coordinadores.
- Publicidad Medios masivos e Impresos: Desde la oficina de promoción se determina la programación y contratación de la publicidad para la divulgación y promoción de los programas académicos teniendo en cuenta el público objetivo y analizando el presupuesto asignado para tal fin.

PROMOCIONAR LA INSTITUCIÓN



5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	RESPONSABLE / ENCARGADO	EVIDENCIA
<p>1. Planear actividades de promoción: Identifica los recursos, los medios y los canales de comunicación y promoción más efectivos para dar a conocer la oferta académica de la Universidad de Ibagué. Se tiene en cuenta la gestión para realizar diferentes eventos de promoción, que pueden ser en colegios, expo universidades, puntos de información, eventos internos, entre otros. La información recolectada se procesa para su correspondiente gestión.</p>	Coordinador de promoción y admisión	Bases de datos Encuestas Registro fotográfico
<p>2. Evaluar el plan de mercadeo del periodo anterior: Tiene en cuenta las actividades realizadas en las campañas anteriores (las que fueron exitosas) y a partir de esto potencializar los resultados. Las campañas que no son exitosas son eliminadas.</p>	Coordinador de promoción y admisión	Informe de cierre de matriculados
<p>3. Diseñar material publicitario: Programa una reunión con el equipo de comunicación institucional para revisar las tendencias en piezas publicitarias de más fácil lectura y aceptación para jóvenes y padres de familia.</p>	Diseñador gráfico	Pendones Vallas Folleto institucional Volantes Otros (encuestas, tarjetas, agendas, banner)
<p>4. Revisar material publicitario: Revisa el material publicitario desarrollado (cuñas radiales, videos para tv, material impreso), en cuanto a la ortografía, la redacción, los colores utilizados, el manejo de la imagen de la Universidad, etc. Si el material no es aprobado se regresa a la actividad N°3, si el material es aprobado continua con la siguiente actividad.</p>	Coordinador de promoción y admisión	N/A
<p>5. Ejecutar actividades de promoción: Ejecuta las actividades planeadas para cada</p>	Coordinador de mercadeo	Encuestas

PROMOCIONAR LA INSTITUCIÓN

<p>uno de los semestres con base en la programación y los recursos establecidos. Ocasionalmente se presentan actividades extraordinarias, las cuales se ejecutan según la necesidad, con previa aprobación del director de promoción y comunicación institucional.</p>	Auxiliares comerciales	Registro fotográfico Bases de datos
<p>6. Evaluar eventos: De acuerdo con las actividades de promoción y comunicación desarrolladas, valida la eficacia de la estrategia con el fin de fortalecer las actividades para la siguiente campaña.</p>	Coordinador de promoción y admisión	Informes de registros finales

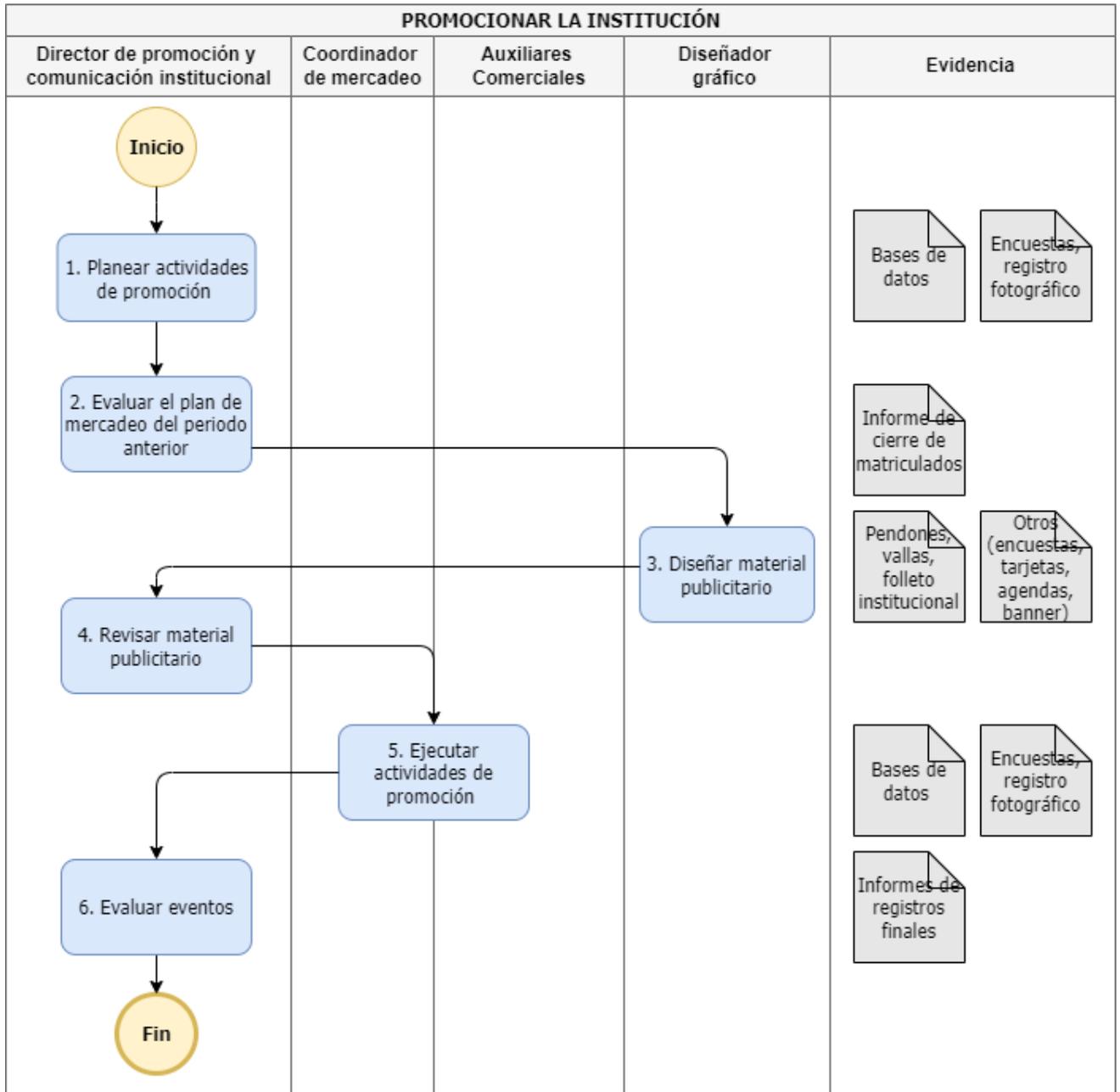
6. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

Actor/ Actividad	1	2	3	4	5	6
Coordinador de promoción y admisión	E/R	E/R		E/R		E/R
Coordinador de mercadeo					E/R	
Auxiliares comerciales					E/R	
Diseñador gráfico			E/R			

R: Responsable, E: Encargado

PROMOCIONAR LA INSTITUCIÓN

7. DIAGRAMA DE FLUJO



PROMOCIONAR LA INSTITUCIÓN



8. INFORMACIÓN DOCUMENTADA REFERENCIADA

N/A

9. IDENTIFICACIÓN DE CAMBIOS

VERSIÓN	CAMBIO	FECHA
0	Versión inicial	21/08/2018
1	Actualización de actividades y Responsables	19/07/2022

Observaciones:

10. APROBACIÓN DE DOCUMENTOS

Coordinador SIG	Líder de proceso
REVISÓ	APROBÓ
Fecha: 21/08/2018	Fecha: 21/08/2018