|  |  |
| --- | --- |
| **OBJETIVO** | Definir lineamientos y orientaciones para estandarizar las etapas de la participación en actividades comerciales y promocionales con instituciones que hacen parte del mercado objetivo de los programas académicos de pregrado y posgrado ofertados por la Universidad Católica de Manizales. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ALCANCE** | Desde la programación de las actividades hasta su retroalimentación y seguimiento.  |

|  |  |
| --- | --- |
| **DEFINICIONES** | FERIA DE UNIVERSIDADES:Visita a feria de colegios específicamente de grado 10 y 11, a través de la Red de feria de Universidades de Manizales (organización conformada por las diferentes universidades de Manizales y la Policía Nacional), invitación de colegios, entidades particulares, universidades, organismos gubernamentales, en el Eje Cafetero.VISITA A COLEGIOS**:** Visita a colegios específicamente de grado 10 y 11, exclusivamente como Universidad Católica de Manizales en las ciudades que hacen parte de su zona de influencia.VISITAS DE COLEGIOS**:** Visita de colegios específicamente de grado 10 y 11, a las instalaciones de la Universidad Católica de Manizales con el fin de promover la oferta académica.MERCADO OBJETIVO POSGRADO: Personas con intereses de formación en los programas de posgrado de la UCM ubicadas en gremios, entidades, empresas, colegios, sindicatos, asociaciones, etc. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS: Participar en eventos externos y propios de programas de Posgrados a nivel nacional, según temas de interés y áreas de conocimiento. |

|  |
| --- |
| **DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO**  |
| **Nº** | **PHVA** | **ACTIVIDAD / DESCRIPCIÓN** | **RESPONSABLE** | **REGISTRO (MEDIO DE VERIFICACIÓN)** |
| 01 | P | Programación de las actividades a desarrollar durante el semestre en cuanto a actividades con colegios y visitas a instituciones a nivel local y nacional se refiere. Si se requiere, interviene el personal académico | CoordinaciónMercadeo y comunicaciones.Asistente de Mercadeo.Analista Mercadeo. | Cronograma de visitas a colegios e instituciones GME – F – 4 |
| 02 | P | Acercamiento con las personas o entidades responsables en cada uno de los colegios, vía telefónica, correo electrónico o personalmente. Rectores, psicólogos, coordinadores académicos, docentes psicorientadores, gerentes, coordinadores de talento humano. | Asistente Comercial.Servicio al Cliente. | Cronograma de visitas a colegios e instituciones GME – F – 4 |
| 03 | P | Diseño de la logística de la visita, teniendo en cuenta material publicitario, recursos tecnológicos, humanos, espacios, permisos, transporte, instalaciones.Se tiene en cuenta la programación de las ferias de universidades, definidas por la red.Se tiene en cuenta la disponibilidad del personal académico en caso que se requiera.En caso de inmersión de los estudiantes se planean los horarios, las actividades, los espacios, los materiales y la dinámica. | Asistente de Mercadeo.Servicio al Cliente | Programación del evento.Invitación a la feria de Universidades. |
| 04 | H  | Asistencia al evento, visita o actividad con tiempo previo para la organización y adaptación de los recursos, teniendo en cuenta la pertinencia de la presencia del personal académico. | Asistente de Mercadeo. | Cumplido Comisión.GME – F - 13 |
| 05 | H | Comunicación de la información actualizada, oportuna y completa de los programas académicos, solicitando el diligenciamiento del formato definido para la captura de información, teniendo en cuenta la pertinencia del personal académico. | Asistente de Mercadeo.. | Material publicitario.Encuestas |
| 06 | H | Diligenciamiento del cumplido de comisión, que permite evidenciar la presencia de la UCM en la actividad. | Asistente de Mercadeo. | Cumplido Comisión.GME – F - 13 |
| 07 | H | Digitación de la información recolectada en una base de datos unificada. | Asistente de Mercadeo. Servicio al Cliente. | Base de datos unificada de interesados.GME – F - 6 |
| 08 | V | Seguimiento y retroalimentación del proceso, enviando la información solicitada por vía correo electrónico o telefónicamente, para persuadir a los interesados para el proceso de inscripciones. | Asistente de Mercadeo. Servicio al Cliente. | Envío correos electrónicos.Seguimiento a interesados, preinscritos e inscritos.GME –F -5 |
| 09 | H | Acompañamiento y seguimiento en el proceso de preinscripción, inscripción, entrevista y admisión a los aspirantes como parte de la estrategia de servicio. | Coordinador de Mercadeo y Comunicaciones.Asistente de Mercadeo Servicio al Cliente. | Seguimiento a interesados, preinscritos e inscritos.GME –F -5Formulario de Inscripción (digital)  |
| 10 | V | Comparación y medición de los resultados del proceso de inscripción con respecto a la cantidad de inscritos del período anterior. | Coordinador de Mercadeo y Comunicaciones. | Plan Estratégico de Marketing GME - F - 2  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** | **Fecha de vigencia** |
| Coordinación de Mercadeo, y Comunicaciones. | Dirección de Aseguramiento de CalidadDirección de Planeación | Rectoría | Mayo de 2021 |

**CONTROL DE CAMBIOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **ITEM** | **MODIFICACIÓN** |
| AlcanceDefiniciónAcción 01Acción 01 Acción 02 Acción 03 Acción 04 Acción 05Acción 06 Acción 07 Acción 08 Acción 09 Acción 10Acción 09Acción 09Acciones 07 – 08 – 09 – 10Acción 05Acción 10ResponsablesVersión 4DefinicionesAcción 1Acción 2Acción 3Acción 10 | Se incorpora la gestión comercial de posgrados, teniendo en cuenta las necesidades institucionales.Se describe el mercado objetivo de los programas académicos de posgrados.Se incorpora como medio de verificación el Formato GME – F – 20 “Cronograma de visita para promoción de posgrados”Se incorpora por responsable de las acciones del procedimiento a la Unidad de Inteligencia Competitiva.Se incorpora como responsable en el procedimiento a los cargos relacionados con Servicio al Cliente.Se unifica con la acción 10 para no generar reprocesos.Se incorpora como evidencia el formulario de inscripciónSe incorpora como responsable al Asistente de Mercadeo por hacer parte de sus nuevas funciones.Se relaciona como evidencia adicional la encuesta con la información recolectada de los interesados en los programas académicos.Se agrega una nueva acción dentro del procedimiento que permite evaluar la gestión de las inscripciones frente al período anterior a través del formato GME – F -21Cambia la denominación de la Unidad y del responsable del Proceso a Coordinador de Mercadeo y Comunicaciones teniendo en cuenta el acuerdo 73 del Consejo de Rectoría del 18 de diciembre de 2018PARTICIPACIÓN EN EVENTOS: Participar en eventos externos y propios de programas de Posgrados a nivel nacional, según temas de interés y áreas de conocimiento.Se elimina el Cronograma de visitas Promoción de Posgrados GME – F - 20Se elimina como responsable el Analista Mercadeo. y se elimina el Cronograma de visitas Promoción de Posgrados GME – F - 20Se elimina Cuadro comparativo GME – F -21 y se integra con el Plan Estratégico de Marketing GME - F - 2 |