



UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

Oficina de Mercadeo y Publicidad

**Plan Operativo de Mercadeo
2023**

1.OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la marca Institucional, generando un mayor nivel de recordación en los públicos potenciales para Pregrados, Posgrados y Extensión, con el fin de mantenerse como una de las universidades de mayor recordación en el público de interés en el 2023.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aumentar el número de inscritos y matriculados comparados con el año anterior.
- Sostener la preferencia e imagen institucional en el público objetivo.
- Implementar mecanismos de promoción de los diferentes productos y servicios de la Institución, que contribuyan al fortalecimiento y posicionamiento de la marca Institucional para el 2023.

2. ALCANCE

El alcance de este plan se proyecta a un año, apoyados en un cronograma de trabajo; algunas estrategias o actividades acá planteadas pueden tener variaciones de acuerdo al interés de los públicos objetivos, tarifas o resultados efectivos en las pautas de los diferentes medios, apertura de nuevos programas o cualquier otra novedad que requiera de una evaluación y cambio de actividades que generen un impacto local, regional, nacional o posiblemente internacional.

3. DELIMITACIÓN Y PÚBLICOS

a. DELIMITACIÓN ESPACIAL

Este Plan de Mercadeo será ejecutado en la Sede principal de la ciudad de Medellín y los 125 Municipios de Antioquia, adicionalmente será la base de trabajo para las estrategias aplicadas en las sedes de: Apartadó, Bogotá, Manizales y Montería.

b. DELIMITACIÓN TEMPORAL

El desarrollo e implementación del plan de Mercadeo será el año 2023, en el camino se se evaluará y se realizarán ajustes para su continuidad.

c. PÚBLICOS OBJETIVOS

Estos públicos aplican para la oferta promocional de las Técnicas profesionales, Tecnologías, Carreras profesionales, Especializaciones, Maestrías y Doctorados en metodologías presencial, distancia y virtual.

Estos fueron definidos con los Decanos, directores de programa y Coordinadores de Posgrados y se dividen en:

PREGRADOS

1. Colegios (Académicos en todos los estratos socioeconómico, Nocturnos, Semiescolarizados y con convenio de media técnica)
2. Colegios de los 125 Municipios de Antioquia
3. Estudiantes de Semilleros para bachilleres.
4. Asociaciones de Padres de Familia.
5. Instituciones Técnicas y Tecnológicas.
6. Empresas (En todos los sectores relacionados con la oferta académica).
7. Eventos de Ciudad (Ferias por sectores y áreas del conocimiento).
8. Estudiantes, Graduados de Luis Amigó y Otras Universidades.
9. Público Flotante (Estaciones del metro, Conjuntos residenciales, Centros comerciales, Gimnasios, Centros Culturales, JAL de los Barrios, Núcleos Educativos, Bibliotecas, transeúntes en General).
10. Estudiantes de los 11 colegios en convenio con Media Técnica.

Públicos objetivos adicionales por programas de Pregrado

- **PROGRAMAS DE FILOSOFÍA Y TEOLOGÍA** (Personal de la Arquidiócesis, grupos Catequistas de las Iglesias, Seminarios, Conventos, comunidades Religiosas en general.)
- **LICENCIATURAS:** A través del convenio con Colegios Normalistas, dirigido que hagan el ciclo complementario, con la posibilidad de validarles este contenido y poder ingresar con unos cuatro semestres avalados.
- **PSICOLOGÍA, DESARROLLO FAMILIAR Y TRABAJO SOCIAL.**
Estos programas el mayor público objetivo son las personas en actividad laboral en diferentes empresas y algunas puntuales como ONG, Bienestar Familiar, Comisarias de Familia, Centros de Adopción y personas que vivan fuera de Medellín en otras ciudades y Municipios del Departamento.

POSGRADOS

Área Administrativa, Económica y Contable

Gerencia del Talento Humano: Empresas en general, Graduados de los pregrados de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables y graduados de Psicología de la Luis Amigó y demás universidades que ofrecen dichos programas, agencias de práctica, estudiantes de últimos semestres de la Luis Amigó de los pregrados ya mencionados.

Finanzas: Empresas en general, pymes, Cooperativas, Bancos, Graduados y estudiantes de últimos semestres de los pregrados de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables y agencias de práctica.

Gestión y Control Tributario: Empresas en General, contadores públicos (base de datos de personas con tarjeta profesional), Graduados y estudiantes de últimos semestres de contaduría pública y agencias de práctica.

Gerencia de la Responsabilidad Social Empresarial: Empresas en General, pymes, cooperativas, asociaciones de profesionales, graduados de los pregrados de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables y estudiantes de últimos semestres de la Luis Amigó, agencias de práctica.

Gerencia de Servicios en Salud: Clínicas y hospitales, empresas prestadoras de servicios de salud, graduados de los pregrados de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables y estudiantes de últimos semestres de la Luis Amigó y agencias de práctica.

Maestría en Administración MBA: Todos los públicos anteriormente mencionados en las especializaciones del área Administrativa, Económica y Contable y graduados de especializaciones de la Luis Amigó y demás Instituciones de Educación Superior.

Maestría en Gerencia Financiera: Todos los públicos anteriormente mencionados en las especializaciones del área Administrativa, Económica y Contable y graduados de especializaciones de la Luis Amigó y demás Instituciones de Educación Superior.

Área Educación

Gestión Educativa - Docencia Universitaria: Rectores, coordinadores y docentes de colegios, universidades, instituciones técnicas y tecnológicas a nivel nacional, secretarías de educación Municipales, Ceres, Directores de Núcleo, estudiantes de últimos de semestres de pregrado de la Luis Amigó tanto de

educación como de las diferentes áreas de formación, graduados de la Luis Amigó y demás universidades y agencias de práctica.

Maestrías en: Educación y Doctorado en Educación: Todos los públicos anteriormente mencionados y graduados de especializaciones Luis Amigó y demás Instituciones de Educación Superior.

Maestría en Educación Para La Inclusión Con Énfasis En Políticas Públicas: profesionales en educación, trabajos sociales, periodistas, politólogos, personas especialistas en educación, trabajo social y ciencias políticas - grupos de intereses en educación, inclusión social y públicos anteriormente nombrados en los posgrados de Educación.

Maestría en Fundamentos De La Docencia En Lenguas Extranjera: Profesionales en lenguas modernas, educación, licenciaturas, especialistas en educación, idiomas - grupos de intereses en idiomas, cultura extranjera, lenguas modernas y públicos anteriormente nombrados en los posgrados de Educación.

Maestría en Estudios Teológicos Contemporáneos: Profesionales con título de Pregrado en ciencias humanas y sociales, la Teología, la Filosofía, Ciencias de la religión y personal de entidades religiosas con título de pregrado en el área.

Área de Psicología

Intervenciones Psicosociales: Fundaciones, centros de rehabilitación, comunidades terapéuticas, clínicas y hospitales, secretarías de salud, Instituciones de intervención social, docentes, graduados de psicología, trabajo social, desarrollo familiar de la Luis Amigó, estudiantes de últimos semestres de la facultad de ciencias sociales de la Luis Amigó, graduados de antropología y sociología de las diferentes universidades, demás profesionales con interés en el área, agencias de práctica.

Adicciones: Fundaciones, centros de rehabilitación, clínicas y hospitales, comité de adicciones de Antioquia, mesa de prevención de Antioquia, comunidades terapéuticas, secretarías de salud, docentes, graduados de psicología, trabajo social, desarrollo familiar de la Luis Amigó, estudiantes de últimos semestres de la facultad de ciencias sociales de la Luis Amigó, graduados de Medicina y s de las diferentes universidades, demás profesionales con interés en el área y agencias de práctica.

Neuropsicopedagogía Infantil: graduados de psicología, licenciaturas trabajo social, desarrollo familiar de la Luis Amigó, estudiantes de últimos semestres de la facultad de ciencias sociales de la Luis Amigó, graduados de Medicina y del área de la salud de las diferentes universidades con interés en el área, estudiantes de últimos semestres de la facultad de ciencias sociales y educación de la Luis

Amigó, Colegio, Universidades e Instituciones de Educación técnico, tecnológica o profesional y agencias de práctica.

Doctorado y Maestrías en Adicciones y Salud mental, Intervenciones Psicosociales y Neuropsicopedagogía: Todos los públicos anteriormente mencionados en las Especializaciones del área y graduados de posgrados de Luis Amigó y demás Instituciones de Educación Superior.

Área de Derecho

Ejercicio del Derecho ante las Altas Cortes: graduados del pregrado en Derecho de la Luis Amigó y demás Universidades que ofrecen el programa, estudiantes de últimos semestres de la facultad de Derecho de la Luis Amigó, notarias, asociaciones de abogados, colegio de abogados, Juzgados, agentes de ministerio público, agencias de práctica.

Derecho Empresarial: Graduados y estudiantes de últimos semestres de los pregrados en Derecho y de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, empresas en general, notarias, asociaciones de abogados, colegio de abogados, autoridades gubernamentales, Juzgados y agencias de práctica.

Derecho de Familia, Infancia y Adolescencia: graduados y estudiantes de últimos semestres de la Luis Amigó de los pregrados en: Derecho, psicología, desarrollo familiar, trabajo social y licenciaturas, juzgados, defensorías de familia, colegios, funcionarios del ICBF, Colegio de abogados, profesionales en estas áreas que estén interesados y agencias de práctica

Derecho penal y criminología: graduados del pregrado en Derecho de la Luis Amigó y demás Universidades que ofrecen el programa, estudiantes de últimos semestres de la facultad de Derecho de la Luis Amigó, notarias, asociaciones de abogados, colegio de abogados, Juzgados, fiscalía, agentes de ministerio público y agencias de práctica.

Maestría en Derecho: Todos los públicos anteriormente mencionados y graduados de especializaciones Luis Amigó y demás Instituciones de Educación Superior.

Área de Comunicación

Relaciones Públicas: Graduados y estudiantes de últimos semestres de los programas en comunicación social, diseño gráfico y publicidad de la Luis Amigó y demás universidades que ofrecen estos pregrados y demás graduados que estén interesados en área de las relaciones publicas como mercadeo y administración, agencias, medios de comunicación, empresas en general y agencias de práctica.

Doctorado y Maestría en Comunicación: Todos los públicos anteriormente mencionados y graduados de especializaciones Luis Amigó y demás Instituciones de Educación Superior.

Maestría en Publicidad: Graduados y estudiantes de últimos semestres de los programas de Publicidad, Diseño Gráfico y Comunicación Social de la Luis Amigó y demás universidades que ofrecen pregrados en las áreas referenciadas, además Profesionales del marketing, economistas, administradores y áreas afines, que deseen ahondar en procesos relacionados con la gestión publicitaria e investigativa en el campo de formación.

Área de Ingenierías

Big Data e Inteligencia de Negocios: Graduados y estudiantes de últimos semestres del programa de Ingeniería de Sistemas de la Luis Amigó y demás universidades que ofrecen programas afines como enfocadas al análisis de Información, Tecnología, Software, Seguridad Informática y Protección de Datos., empleados de empresas de Sistemas,

NOTA: se tienen unas bases de datos más generales como la de interesados por programa, Alcaldías municipales, secretarías de educación municipales, empresas generales entre otras donde se envía la información general de posgrados por la diversidad de profesionales con los que cuentan, incluso a los graduados de la Luis Amigó se les hacen envío también de la oferta general en algunas ocasiones.

EXTENSIÓN Y EDUCACIÓN CONTINUA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

Egresados y estudiantes de la universidad y de otras universidades del área metropolitana, empresas de todos los sectores económicos donde se incluyen, agencias de publicidad, agencias de prácticas, cooperativas, bancos, fondos de empleados, importadores y exportadores, contadores públicos, microempresarios, colegios, alcaldías, restaurantes, reposterías y empresas dedicadas a la comercialización de alimentos.

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO

Egresados y estudiantes de la universidad y de otras universidades del área metropolitana, empresas en general, agencias de publicidad, agencias de prácticas, microempresarios, agencias de publicidad y mercadeo, canales de tv, emisoras, periódicos y medios de comunicación en general.

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

Egresados y estudiantes de la universidad y de otras universidades del área metropolitana, bufete de abogados, juzgados, notarías, agencias de prácticas, ICBF y defensores de familia.

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

Egresados y estudiantes de la universidad y de otras universidades del área metropolitana, colegios, docentes, instituciones de educación superior, iglesias católicas y comunidades religiosas.

FACULTAD DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA

Egresados y estudiantes de la universidad y de otras universidades del área metropolitana, inmobiliarias, empresas del sector de la construcción, empresas de arquitectura y diseño y empresas del sector de la producción.

FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS SOCIALES

Egresados y estudiantes de la universidad y de otras universidades del área metropolitana, INDER, gimnasios, corporaciones y fundaciones, clínicas y hospitales, empresas dedicadas a prestar servicios en salud, centros de rehabilitación, agencias de prácticas y docentes.

4. MARKETING OPERATIVO

CONCEPTUALIZACIÓN MERCADEO Y LA PUBLICIDAD

Apoyados en los procesos comunicacionales, el Mercadeo y la Publicidad, garantizarán que la creación, promoción y divulgación de los productos educativos de la Luis Amigó, tengan coherencia y unidad de manera que lleguen al público objetivo y garanticen el acertado conocimiento del servicio, el fortalecimiento de la imagen y la selección de la Institucional como un centro de educación integral que permite cumplir las necesidades, expectativas y deseos formativos.

Orientando desde el Marketing y la Publicidad, se buscará desde los nuevos conceptos de Mercadeo, análisis de públicos y apertura de nueva oferta académica lograr generar un impacto, posicionamiento y reconocimiento en públicos potenciales; donde la agilidad, compromiso y responsabilidad sean factores importantes en la promesa de venta.

La intención es potencializar un máximo alcance en los objetivos planteados; donde se logre un aumento de matrículas de Pregrados y posgrados, y esto se podrá lograr a través de un trabajo en equipo donde las Facultades, Escuela de Posgrados y Departamento de Extensión trabajen de la mano con el área de Mercadeo para lograr la captación de inscritos y Matriculados a través de las estrategias y actividades planteadas pero también a través de la motivación a actuales clientes de las diferentes líneas educativas y el desarrollo de las estrategias comerciales para lograr que la recomendación siga siendo ese factor que más potencializa ingreso de nuevos estudiantes a la Luis Amigó.

4.1 APLICACIÓN DE LAS 7 P DEL MARKETING

- **Producto:** conjunto de atributos que tiene el servicio educativo, que garantizan la satisfacción de las necesidades y deseos del público objetivo, y que se ofrece al mercado para generar el máximo beneficio para todas las partes involucradas.
- **Precio:** valor establecido para la venta del servicio educativo (Derechos Pecuniarios establecidos por la Universidad.

- **Plaza:** lugar o canales de distribución, donde se exhibe y/o se adelantan las transacciones correspondientes al servicio ofrecido, escenario propicio para promocionar y posicionar la Institución. Tales como empresas, colegios, municipios, empresas, centros comerciales, eventos académicos y todo aquel espacio propicio para fomentar posicionamiento y venta de servicios educativos; ubicados en diferentes lugares de Colombia.
- **Promoción:** Herramientas que permiten divulgar y dar a conocer los productos y servicios educativos de la Institución, y mantener los vínculos entre las partes, esta tarea se hace a través de todos los canales donde la publicidad, promoción y posicionamiento generen impacto, el plan de medios es una de las herramientas necesarias para este proceso publicitario, también acompañado del Mercadeo directo, el email marketing, telemercadeo,
- **Proceso:** Serie de acciones para la oferta del producto o servicio; forma en que se desarrolla la venta, seguimiento al paso a paso del cierre del proceso comercial hasta llegar a la etapa final.
Desde la perfilación de un público objetivo en cualquiera de las plazas anteriormente nombradas, se debe desarrollar un proceso de promoción, consecución de interesados, asesoría, acompañamiento en su proceso de inscripción, entrevista, examen, aceptación en la Universidad y proceso de pago, si en unos de estos momentos se interrumpe el proceso evaluar la causa y proyectar una acción de mejora siempre y cuando la interrupción haya surgido de un proceso institucional.
- **Personal:** Grupo de apoyo que realiza el proceso comercial entre la Institución y el cliente. En esta labor debe existir un equipo de apoyo grande para el acompañamiento del aspirante, el personal debe ser: Oficina de Mercadeo, Docentes, directores y Decanos de programa y todos aquellos agentes que tiene alguna labor transversal en el proceso de promoción, inscripción admisión y matrícula.

- **Presentación – presencia física:** Evidencia física de lo el público objetivo observa de la Institución, sus espacios e instalaciones, oficinas de atención, posicionamiento y aquello que complementa lo visible del lugar.

4.2 CRITERIOS DE APLICACIÓN

- **Veracidad:** manera ética a través de la cual los mensajes emitidos expresan la consistencia entre lo que se piensa, lo que se dice y lo que se hace.
- **Responsabilidad:** deber y compromiso social en relación con la información generada para que sea consecuente con la misión y visión institucional.
- **Oportunidad:** actuar con base en la valoración sobre cuál es el momento y el canal más adecuado y pertinente para promocionar el servicio.
- **Creatividad:** presentación impresa, visual y sonora del servicio educativo con el valor estético, gráfico y de identidad corporativa, que garantice romper con la monotonía, creando impacto, recordación y posicionamiento de marca.

4.3 CAMPOS DE ACCIÓN

- Proponer planes de medios que permitan pautar de una manera efectiva y rentable.
- Diseñar campañas publicitarias y comunicacionales de acuerdo con el contexto y los propósitos de la organización.
- Gestionar la asesoría externa para la implementación de nuevas estrategias y canales de distribución, de acuerdo con las condiciones que impone la oferta y la demanda.
- Establecer convenios de colaboración mutua para la promoción y divulgación de servicios e imagen institucional.

- Diseñar material promocional que fortalezca, conserve y proyecte la imagen corporativa institucional ante sus públicos objetivos

4.4 MARCO DE ACTUACIÓN

La Institucional tendrá el siguiente esquema de presencia y promoción con sus respectivos objetivos:

- **Promoción directa:** implementar estrategias y acciones que posibiliten el conocimiento de la Institucional en el público objetivo.
- **Promoción masiva:** establecer contacto con los medios de comunicación para la difusión y el posicionamiento de la imagen Institucional.
- **Promoción en línea:** estructurar acciones que propicien un mayor reconocimiento de la Institución por medio digital y telefónico.
- **Participación en eventos:** fomentar el apoyo y el auspicio de actividades que posibiliten la promoción institucional, el intercambio de beneficios y las relaciones públicas.
- **Producción de material promocional o POP:** posicionar la marca con la elaboración de productos, facilitando su difusión y recordación.
- **Alianzas:** establecer convenios y estrategias compartidas con instituciones de educación media y superior.

5. MERCADEO ESTRATÉGICO

Objetivo general de la estrategia: lograr el posicionamiento y el fortalecimiento de la marca Institucional en los ámbitos regional, nacional e internacional, propiciando el aumento de la población estudiantil.

5.1 PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

5.1.1 Mercadeo de Relacionamiento

Mantener y crear nuevos contactos de relacionamiento con Departamentos de Gestión Humana en las Empresas, Rectores y psicorintadores de Colegios, secretarios de Educación, personeros de Colegios y medios de Comunicación. este proceso inicialmente comienza con la actualización y elaboración de Base de Datos, citas personalizadas, envío de comunicados físicos, email marketing, Desayunos de trabajo, encuentros personalizados y telemercadeo.

5.1.2 Mercadeo directo

- **COLEGIOS Y FERIAS UNIVERSITARIAS:** aumentar el número de estudiantes y fortalecer el conocimiento de la Universidad en instituciones educativas del Departamento de Antioquia y algunas ciudades del país; actividad a partir del grado octavo de tal forma, que facilite e incentive luego su ingreso a la Institución a cursar programas de Pregrado.

En estos mismos lugares de promoción se hace extensiva la oferta de las Especializaciones, Maestrías y Doctorado del área de Educación, Psicología y ciencias y Sociales, Administrativas dirigidos Rectores, Docentes y Coordinadores Académicos.

- **VISITAS EMPRESARIALES Y FERIAS DE CIUDAD:** dar a conocer la oferta académica de la Institución en Pregrados y Posgrados, y establecer relaciones con el sector empresarial creando el vínculo universidad-empresa para la promoción de los Programas de los diferentes Facultades y Escuela de Posgrados.
- **PROMOCIÓN PÚBLICO INTERNO:** promocionar los programas académicos en el público universitario, actividades dirigidas a estudiantes de últimos semestres de todos los programas de Pregrado en eventos institucionales, ensayos de grado y visitas a salones para generar motivación de ingreso a los Posgrados y motivar a la recomendación de futuros estudiantes.
- **SEMILLEROS SIN COSTO PARA BACHILLERES:** Cursos Introdutorios acerca de los pregrados dirigidos a estudiantes de grados décimo, undécimo y CLEI, con el fin de motivarlos académica y vocacionalmente a las Carreras profesionales, Tecnologías y Técnicas Profesionales de la Universidad.
- **VISITAS GUIADAS A LA UNIVERSIDAD:** Público interesado en la Institución con interés en programas de Pregrado o Posgrado, se realizará un recorrido por la Universidad, se brindará información sobre el área de interés, se entregará papelería, asesoría y acompañamiento en el proceso de Inscripción, esta actividad se realiza con grupos de Colegios, visitantes de Municipios y publico interesado de manera independiente.

- **ASESORÍAS PRESENCIALES Y VIRTUALES:** De acuerdo a las necesidades del interesado se programan citas virtuales de 15 minutos para resolver dudas, inquietudes y realizar acompañamiento en inscripción.

5.1.3 Mercadeo de marca

- **ACTIVIDADES RECREATIVAS, CULTURALES Y ACADÉMICAS:** programar en el año diferentes actividades que contribuyan al posicionamiento de la marca Institucional en los diferentes nichos de mercado a largo plazo. Se plantean concursos de corte literario, artístico y deportivo; semilleros, entre otros.
- **MATERIAL POP:** diseñar y elaborar una serie de productos promocionales que estimulen y refuercen la recordación de la marca Institucional. (Lapiceros, libretas, tulas, llaveros y diferentes artículos que lleven la marca de la Luis Amigó a públicos potenciales.
- **MATERIAL PUBLICITARIO:** proponer y diseñar piezas publicitarias que ayuden al trabajo de mercadeo relacional. Entre ellas: pendones, afiches, volantes, stand, dossier, etc.

5.1.4 Plan de medios

- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN (PRENSA – RADIO – TV – INTERNET):** fortalecer la marca y el posicionamiento de la imagen institucional en los medios de comunicación regional, nacional y algunos internacionales, acudiendo a piezas publicitarias con mensajes emotivos que estimulen los sentidos, creen vínculos y necesidades del público potencial con la Institución, de acuerdo al medio se realizan cuñas radiales, entrevistas, comerciales de TV, piezas gráficas y digitales de manera individual por

programas de Pregrado y Posgrado dando visibilidad de manera individual a toda la oferta académica de la Universidad.

- **MEDIOS ALTERNATIVOS (VALLAS, SISTEMAS DE TRANSPORTE, PARADEROS DE BUSES, PANTALAS DIGITALES, ASCENSORES Y VOLANTEO):** fortalecer la marca y el posicionamiento de la imagen institucional en otros medios de circulación y promoción a diferentes públicos objetivos, estratos socioeconómicos, edades, perfiles profesionales y personales acordes a la oferta académica de Pregrados y posgrados con vallas promocionales, avisos, videos y diferentes piezas por áreas del conocimiento, Facultades y enfoque académico.

5.1.5 Mercadeo para Leads

- **TELE - MERCADEO:** motivar al público objetivo que genere la necesidad de ingresar a la Institucional a realizar algún tipo de formación, a través de contacto telefónico a bases y bancos de datos propios y adquiridos en diferentes eventos promocionales, pauta publicitaria, pagina web Institucional e interesados en general.
- **MERCADEO VIRTUAL:** fortalecer la marca, posicionamiento y venta de servicios educativos a través de los medios digitales (E-mail, redes sociales, página web, mensajes de texto, etc.) generando el ingreso de estudiantes, por medios de e-card, videos y banner animados.

5.1.6 Mercadeo a través de alianzas y de cooperación interinstitucional.

- **CONVENIO UNIVERSITARIO:** formalizar convenios con universidades pares, para crear lazos de cooperación estratégica, que permitan impactar de manera conjunta a los públicos objetivos.

- **CONVENIO ENLACE UNIVERSITARIO Y MEDIA TÉCNICA:** facilitar al bachiller la posibilidad de adelantar materias académicas de las carreras universitarias que ofrece la Institucional, logrando finalmente su ingreso.
- **CONVENIO EMPRESARIAL:** establecer convenio con empresas con el fin de vincular su personal a la propuesta educativa de la Institucional en Pregrados y Posgrados de acuerdo a las Directrices de la Universidad.

6. PLAN DE CHOQUE PROGRAMAS DE DIFICIL APERTURA

Son actividades complementarias a las actividades que se realizan en las estrategias de Mercadeo Directo, Mercadeo en Medios, Telemercadeo y Mercadeo Virtual donde se busca intensificar la fuerza de venta para programas con dificultad de apertura y situaciones que afecten la generalidad en la promoción de todos los pregrados y posgrados de la Universidad.

ACTIVIDAD	MEDIO / FORMA
Entrevistas de directores de Programas y Coordinadores de Posgrado	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de TV Regionales (Telemedellín, Televida, Teleantioquia, Cosmovisión, canales de Los Municipios).
Entrevistas directoras de Programa	Emisoras Frecuencia FM y Municipales
Intensificar publicidad en Radio (Cuñas Especializadas)	<ul style="list-style-type: none"> - Emisoras para Posgrados frecuencia am, la W, La FM, Blue Radio. - Emisoras para Pregrados: Radio Tiempo, Tropicana, Oxigeno, La X. - Emisoras de los Municipios
Adhesivo en ventanas (programas de difícil apertura)	24 rutas de buses de toda la ciudad
Avisos Específicos en redes sociales, filtrados por (Sexo, edad, profesión, preferencias académicas, enfoques y perfiles sociales.)	Facebook, Instagram, Google, LinkedIn
Charlas especializadas por áreas del Conocimiento.	Colegios y Municipios

<p>Volanteo con pregrados y posgrados de difícil apertura</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Estaciones de Metro -Parques de la ciudad -Municipios -Centros Comerciales - Conjuntos residenciales -Puntos de alto tráfico de la ciudad - Otros lugares con publico flotante.
<p>Telemercadeo y Mercadeo Virtual</p>	<p>Se intensifican las Llamadas y correos masivos a las diferentes bases de datos de interesados con mensajes que motiven al ingreso a la Universidad.</p>
<p>Refuerzo de visitas a público objetivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas - Charlas - Conferencias
<p>Stands complementarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Centros comerciales - Eventos por áreas especializadas - Empresas - Misas y Grados de la Luis Amigó
<p>Ubicación de Afiches, entrega de volantes y ubicación de Pendones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Eventos Internos y Externos. - Entidades Públicas y privadas
<p>Avisos y videos en redes propias</p>	<p>Avisos de 5 razones para estudiar un posgrado, ecard copy promocional y videos promo, conversando con la academia realizados con Docentes, Coordinadores y directores.</p>

Cartas de Presentación Institucional	Secretarías de educación, Rectores, jefes de Gestión Humana, Comunidades Religiosas, Fundaciones, Entes Gubernamentales.
Charlas de orientación Profesional, charlas promocionales y conversatorios de áreas del saber virtuales	Debido a la situación que nos aqueja como sociedad en este momento, no es posible realizar promoción de mercadeo de manera directa, se plantea desarrollar video llamadas, conferencias virtuales para poder realizar la promoción a público objetivo.
Nuevos canales de atención	Se está trabajando en una línea de atención por WhatsApp para complementar los canales de comunicación y ser mas óptimos efectos con la información a los aspirantes.

7. CONCEPTUALIZACIÓN DE CAMPAÑA

Con base en lo anterior, y una vez definido el cronograma de actividades, debe establecerse un diferenciador y una promesa de marca que sea lo suficientemente atractiva y se convierta en “imán” motivador de acción para el reposicionamiento competitivo de la Institucional.

Para hacerlo, es necesario definir una frase o copy de campaña que se convierta en un motivo de acción.

CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EL AÑO 2023

Durante los meses de enero, febrero y marzo de 2023 el grupo creativo y estratégico de la oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas y la Oficina de Mercadeo y Publicidad se reunieron a elaborar lluvia de ideas para el slogan de campaña y conceptualización gráfica para la ejecución de la propuesta publicitaria para la ejecución del plan de medios del presente año.

Se generaron varias alternativas de slogan de campaña y posterior a un análisis se decidió tomar el slogan del plan de desarrollo **FORMAR PARA TRANSFORMAR** con el fin de articular el mensaje hacia el público interno y externo, brindando uniformidad y articulación al lenguaje publicitario, para brindar un mayor impacto comercial se generó una frase complementaría para públicos objetivos **¡HAZ PARTE DE NUESTRA U!** como llamado a la acción a invitar a los interesados a hacer parte de la familia amigoniana.

Para diseñar la campaña publicitaria se tiene en cuenta algunos puntos base para el desarrollo de la misma.

A. Objetivos:

- Generar una campaña publicitaria adaptable para la publicidad en Medellín y Centros Regionales.
- Innovar en el concepto creativo.
- Marcar diferencia frente a campañas anteriores.
- utilizar un slogan que conecte con los públicos objetivos.
- Capturar de manera visual y auditiva la atención en los nichos de Mercado.
- Generar piezas publicitarias adaptables a cualquier formato publicitario

B. Desarrollo de la propuesta:

De parte de los 3 (tres) diseñadores, salieron propuestas de colores, tipos de letras, imágenes, y formatos las, las tres alternativas se fusionaron y salió un resultado cargado de color, impacto y contenido llamativo para la promoción de productos y servicios educativos. Donde cada pieza genera un contenido promocional de pregrados, posgrados, extensión y marca que sea consecuente con la imagen corporativa, el llamado a la acción que se desea mostrar a los públicos objetivos con mensajes claros y de impacto en la marca.

C. Aplicación del plan de medios:

Se anexa a este documento el plan de medios del año 2023; la campaña tendrá piezas para pauta digital, vallas, sistemas de transportes, comerciales de TV en vivo, cuñas radiales, pendones, afiches y piezas graficas adaptables para cada medio.

D. Alcance:

Toda la campaña es a nivel país se aplica para todo el proceso de pauta de las sedes de la Universidad Católica Luis Amigó con el fin de manejar una uniformidad y un mismo lenguaje visual para el posicionamiento de marca Nacional para ser publicada en medios durante el año 2023.

E. MUESTRA PIEZAS GRÁFICAS



Pauta digital: Facebook – Instagram – Google ADS (piezas independientes por cada pregrado y posgrado).



UNIVERSIDAD CATÓLICA
LUISAMIGO
+ HAZ PARTE DE NUESTRA U! +

Carrera profesional en:
DISEÑO GRÁFICO

FORMAR PARA TRANSFORMAR

www.ucatolicaluisamigo.edu.co | ucatolicaluisamigo | coor.mercadeo@amigo.edu.co | PBX: (604) 448 76 66 - ext.: 9904

Aviso Vagón exclusivo del Metro (piezas independientes por cada pregrado y posgrado).



UNIVERSIDAD CATÓLICA
LUISAMIGO
+ HAZ PARTE DE NUESTRA U! +

Carreras profesionales en:
PSICOLOGÍA CON ACREDITACIÓN EN ALTA CALIDAD
TRABAJO SOCIAL

FORMAR PARA TRANSFORMAR

www.ucatolicaluisamigo.edu.co | ucatolicaluisamigo | coor.mercadeo@amigo.edu.co | PBX: (604) 448 76 66 - ext.: 9904

Aviso buses de servicio público y busetas de ruta escolar (piezas independientes por cada pregrado).



UNIVERSIDAD CATÓLICA
LUISAMIGO

FORMAR PARA TRANSFORMAR

www.ucatolicaluisamigo.edu.co
ucatolicaluisamigo
PBX: (604) 448 76 66 - ext. 9582 - 9674
mercadeo.posgrados@amigo.edu.co
Medellín - Transversal 51A N° 67B-80

DOCTORADOS

- Comunicación **Presencial**
- Educación **Presencial**
- Estudios Interdisciplinarios en Psicología **Presencial**

MAESTRÍAS

- Adicciones y Salud Mental **Presencial**
- Administración - MBA **Presencial**
- Comunicación **Presencial**
- Educación **Presencial**
- Educación para la Inclusión con Énfasis en Políticas Públicas **Distancia**
- Estudios Teológicos Contemporáneos **Presencial**
- Fundamentos de la Docencia en Lenguas Extranjeras **Presencial**
- Gerencia Financiera **Presencial**
- Intervenciones Psicosociales **Presencial**
- Neuropsicopedagogía **Presencial**
- Publicidad **Presencial**

ESPECIALIZACIONES

- Adicciones **Virtual**
- Big Data e Inteligencia de Negocios **Presencial**
- Derecho de Familia Infancia y Adolescencia **Presencial**
- Derecho Penal y Criminología **Presencial**
- Docencia Universitario **Presencial**
- Finanzas **Distancia Presencial**
- Gestión y Control Tributario **Presencial**
- Gerencia de la Responsabilidad Social Empresarial **Distancia**
- Gestión Educativa **Virtual**
- Gerencia de Servicios en Salud **Presencial**
- Gerencia del Talento Humano **Presencial Virtual**
- Intervenciones Psicosociales **Presencial Virtual**
- Neuropsicopedagogía Infantil **Presencial Virtual**
- Relaciones Públicas **Presencial**

SNIES

Vallas para Metro de Medellín y el poblado calles principales (piezas exclusivas para Posgrados). 4.80 m x 2.50 m

UNIVERSIDAD CATÓLICA
LUISAMIGO / Montería



Vigilada Mineducación

FORMAR
PARA
TRANSFORMAR

www.ucatolicaluissamigo.edu.co

@ucatolicaluissamigo | ucatolicaluissamigomonteria

Cel: 301 508 23 74
 monteria@amigo.edu.co
 mt_mercadeo2@amigo.edu.co
 Calle 64 N° 6-108. Barrio los Alcázares

¡HAZ PARTE DE NUESTRA U!

PROGRAMAS PROFESIONALES

- ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS •
BOGOTÁ | 2015-2016
- DERECHO •
BOGOTÁ | 2015-2017
- TRABAJO SOCIAL •
BOGOTÁ | 2015-2016

ESPECIALIZACIONES

- ADICCIONES •
BOGOTÁ | 2015-2017
- FINANZAS •
BOGOTÁ | 2015-2016
- GERENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL •
BOGOTÁ | 2015-2017
- GERENCIA DEL TALENTO HUMANO •
BOGOTÁ | 2015-2016
- GESTIÓN EDUCATIVA •
BOGOTÁ | 2015-2017
- INTERVENCIONES PSICOSOCIALES •
BOGOTÁ | 2015-2016
- NEUROPSICOPEDAGOGÍA INFANTIL •
BOGOTÁ | 2015-2016

MAESTRÍA

- EDUCACIÓN PARA LA INCLUSIÓN CON ÉNFASIS EN POLÍTICAS PÚBLICAS •
BOGOTÁ | 2015-2016

Valla Centro Regional Montería (Oferta Académica Pregrados y Posgrados)

Vigilada Mineducación

UNIVERSIDAD CATÓLICA
LUISAMIGO
Escuela de Posgrados

SIGUE CUALIFICANDO TU
FORMACIÓN
Profesional

FORMAR
+ PARA +
TRANSFORMAR

50% DE DESCUENTO
PARA GRADUADOS AMIGOMIANOS

40% DE DESCUENTO
PUBLICO EXTERNO

ESPECIALIZACIONES CON DESCUENTOS

Especialización en Docencia Universitaria
Modalidad Presencial Código SNES 106453

Especialización en Gestión Educativa
Modalidad Virtual Código SNES 54982

*Aplica para el 2023-02

INSCRIPCIONES ABIERTAS

www.ucatolicaluismigo.edu.co
@ucatolicaluismigo

PBX: (604) 448 76 66 - ext. 9582 - 9674 | mercadeo.posgrados@amigo.edu.co
Medellín - Transversal 51A N° 67B-90

Piezas promocionales de Posgrados con descuento (Estaciones del metro, Ascensores urbanizaciones, carteleras y redes sociales).

UNIVERSIDAD CATÓLICA
LUISAMIGO

HAZ PARTE
DE NUESTRA U!

Vigilada Mineducación

Facultad de:
Comunicación, Publicidad y Diseño

- **Comunicación Social**
Presencial CON ACREDITACIÓN EN ALTA CALIDAD
- **Diseño Gráfico**
Presencial
- **Publicidad**
Presencial

FORMAR
+ PARA +
TRANSFORMAR

www.ucatolicaluismigo.edu.co @ucatolicaluismigo

PBX: (604) 448 76 66 - ext. 9904 | coor.mercadeo@amigo.edu.co

COMUNICACIÓN SOCIAL CON ACREDITACIÓN EN ALTA CALIDAD SNES 7351 PRESENCIAL - DISEÑO GRÁFICO SNES 102053 PRESENCIAL - PUBLICIDAD - SNES 5387 PRESENCIAL

Comercial de TV para canales regionales (la pieza se agrupa en capas y animaciones, acompañada de una voz en off, se realiza comercial en vivo por Facultades de pregrados y áreas de formación de posgrados).

ANEXOS

-Presupuesto de mercadeo para el año vigente

-Cronograma plan de Mercadeo

-Plan de Medios: Basados en una Generalidad para el proceso de Mercadeo de Pregrados, Posgrados y Extensión (Educación Continua), se cuenta con un presupuesto global para la sede Medellín y las sedes a nivel Nacional.

En este se programa la pauta publicitaria abarcando todos los meses de inscripciones para tener un alto impacto en el publico objetivo y una amplia recordación con el fin de promocionar, reconocer marca, vender productos de servicio educativo, consecución de base de datos e inscritos y matriculados.