

	ACTA DE REUNIÓN	Código: FO-DE-236
		Versión: 5
		Fecha: 01-03-2024

Evento: Reunión - Estrategias de Mercadeo	Acta Número: 01
--	------------------------

CONVOCANTE:

Nombre: Francisco Javier Acosta Gómez **Cargo:** Secretario General Universidad Católica Luis Amigó

Unidad: Secretaría General Universidad Católica Luis Amigó **Sede:** Centro Regional Manizales

INFORMACIÓN BÁSICA			
Propósito de la Reunión	Generar cohesión y comunicación directa entre todos los Sectores Institucionales y la Dirección académica; con la finalidad de implementar estrategias que permitan cumplir los objetivos comunes en torno a los indicadores de matrícula.	Fecha:	04 de octubre de 2024
		Lugar:	Aula S-303
		Hora de inicio	Hora de finalización
		10:30 a.m.	12:10 m.

Tipo de Reunión:

Seguimiento Toma de Decisiones Informativa Acuerdo de niveles de servicio

Otra ¿Cuál?

AGENDA					
Orden del Día		Abordado		Completado	
		Si	No	Si	No
1	Saludo de bienvenida	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Media Técnica Bachiller - Enlace Universitario	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Semilleros sin costo para Bachilleres (10° y 11° - CLEI - todas las jornadas)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pasantías Universitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Articulación con Instituciones Técnicas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Trafficker Digital	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Referidos microinfluenciadores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Programas Técnicos laborales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Comunicación Social	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Tienda Universitaria	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Observaciones Director Centro Regional	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DESARROLLO DE LA REUNIÓN	
Asunto	Comentarios y acciones
1.Saludo de bienvenida	Se brinda un saludo de bienvenida, con la finalidad de dar apertura a la reunión.

<p>2. Media Técnica Bachiller - Enlace Universitario</p>	<p>El Coordinador de la Oficina de Mercadeo y Publicidad Juan Felipe Cardona Hernández, brinda información de la manera bajo la cual han desarrollado esta estrategia en la Sede Medellín, la cual compone los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Relacionamiento con colegios desde el área de Mercadeo, promoviendo que los estudiantes de 10° y 11° puedan desarrollar un programa técnico universitario. 2. Los estudiantes que cursan el programa de media técnica, cuentan con descuento para continuar sus estudios profesionales (Estrato 1 y 2 15% - Estrato 3 y 4 10% - Estrato 5 y 6 5%). Adicionalmente, pueden optar por el programa de su preferencia y se realizará la respectiva homologación. 3. El plan de estudios de la oferta de Media Técnica, está compuesto por 32 créditos académicos, el cual es desarrollado por cada programa. 4. Los compromisos requeridos para el desarrollo del convenio entre la Institución Educativa y la Universidad son: <ol style="list-style-type: none"> 1) La Institución Educativa debe de realizar la contratación de los docentes, que serán asignados para realizar las tutorías de la Media Técnica. Desde la Universidad Católica Luis Amigó, se brindará apoyo con el proceso de selección de los candidatos. 2) Durante el desarrollo del plan de estudios, los estudiantes realizarán 4 visitas a la universidad. 3) La Universidad realiza reuniones de seguimiento, con la finalidad de revisar el cumplimiento del plan académico propuesto.
<p>3. Semilleros sin costo para Bachilleres (10° y 11° - CLEI - todas las jornadas)</p>	<p>Se realizó la revisión de la estrategia, la cual se ha implementado desde hace 4 años en el Centro Regional. Durante la revisión de este aspecto, se realizaron las siguientes propuestas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la creación de semilleros con temáticas relacionadas con los programas próximos a aperturar; con la finalidad de realizar un estudio de prefactibilidad de dichos programas. 2. Diseñar propuestas de semilleros, con temáticas acordes a las nuevas tendencias del mercado y nuevos programas que están en preparación para ofrecerse en el Centro Regional (Criminalística, Fotografía, Redes Sociales, Marketing) 3. Diseñar semilleros prácticos, que puedan tener continuidad y que tengan horarios sabatinos. 4. Desde la oficina de Extensión proponer cursos cortos para períodos de vacacionales, con bajo costo (barbería, belleza femenina, etc). 5. Los semilleros deberán abrirse 2 veces al año, uno cada semestre y con posibilidad también de que se ofrezcan los sábados para que los bachilleres tengan otra opción de asistencia y conocimiento de la Universidad.

<p>4.Pasantías Universitarias</p>	<p>La presente iniciativa, consiste en promover una estrategia que les permita a los interesados en uno de los programas académicos, cursar una materia del plan de estudio, con un valor especial; adicionalmente, el curso desarrollado será homologado al momento de realizar su ingreso a la universidad.</p>
<p>5.Articulación con Instituciones Técnicas</p>	<p>Se propone realizar acercamientos con Instituciones Técnicas, las cuales permitan potencializar el segmento de mercado de la Universidad Católica Luis Amigó. Desde el Centro Regional Manizales, el área de Extensión se encuentra en revisión con el SENA, con la finalidad de ampliar los aspectos que componen el convenio actual.</p>
<p>6.Trafficker Digital</p>	<p>Se revisó el proceso de aprobación del cargo y la contratación. El Coordinador de la Oficina de Mercadeo y Publicidad Juan Felipe Cardona Hernández, informa que el profesional designado se vinculará a la universidad en enero del próximo año; mientras tanto, se aprueba contratar los servicios de marketing digital para el periodo de octubre a diciembre y una pauta puntual para el mes de enero.</p>
<p>7.Referidos microinfluenciadores</p>	<p>Actualmente, en la sede Medellín se encuentran formulando la propuesta de referidos; la cual consiste en realizar una selección de estudiantes que tengan buen alcance en redes sociales y su contenido sea afín a los valores institucionales; con la finalidad de realizar un acuerdo de pauta a cambio de un incentivo (descuentos, tarifas preferenciales, etc).</p>
<p>8.Programas Técnicos laborales</p>	<p>Se revisó la importancia de contar con una oferta de Técnicos laborales en el Centro Regional. En relación a este aspecto, desde el programa de Comunicación Social, se está realizando la proyección del Técnico Laboral en Producción Audiovisual.</p>
<p>9.Comunicación Social</p>	<p>Se revisó el panorama actual de los interesados y las matrículas del programa, para lo cual se realizaron las siguientes propuestas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bajar la categoría del valor de matrícula del programa a A o B. 2. Realizar talleres experienciales los días sábados, con temáticas de interés que tengan incidencia directa con el programa (con costo y sin costo).
<p>10. Tienda Universitaria</p>	<p>Con el fin de posicionar el nombre de la Universidad se propone colocar una burbuja en el Centro Regional, quizás cerca del ascensor y la cafetería. Entregada en concesión, Mercadeo enviará la propuesta de áreas, ubicación y un primer diseño, aprobado por el Director para hacer una convocatoria. El adjudicatario deberá construirla a su costa y se descontará contra arriendo. Se propone que sea transparente.</p>
<p>11.Observaciones Director Centro Regional</p>	<p>En cuanto al acta correspondiente a la reunión-Estrategias de Mercadeo citada por la Secretaría General realizada el 04 de octubre de 2024, una vez revisada expresó las siguientes observaciones:</p> <p>Se destaca Estrategia Media técnica bachiller-enlace Universitario y las Pasantías Universitarias, para implementar en Manizales, considero que la primera es un instrumento eficaz para implementar en la ciudad</p>

de Manizales, pues estimula la matrícula en programas técnicos, y adicionalmente el estímulo económico para continuar su formación profesional a través de descuentos por estratos genera un potencial para la matrícula en programas profesionales. Es una estrategia que puede articularse al programa la Universidad en tu colegio, donde los docentes son asignados por la Universidad y lo realiza la Fundación Luker.

La estrategia de pasantías me parece una forma de estimular la vinculación de los estudiantes de los grados 10 y 11 a la institución y sería una forma de competir frente a los estímulos en becas otorgados por otras instituciones por concepto de desempeño en las pruebas Saber Pro.

Vale la pena resaltar la apuesta de contratación del Trafficker Digital para realizar el manejo institucional de marketing mediante las redes sociales, lo cual permitirá perfilar los estudiantes potenciales de la universidad de manera más eficaz.

La unidad de Mercadeo y Comunicaciones realizará los alistamientos para la implementación de estas estrategias a partir de 2025, y se observa que, si bien las otras estrategias se vienen trabajando en la sede Manizales, se pueden ajustar partiendo de las experiencias de la sede Medellín.

Sin embargo, es relevante la implementación de otras medidas con el propósito de impulsar la matrícula, iniciando desde la selección de los programas para ampliar la oferta académica teniendo en cuenta el nivel de formación (programas técnicos, especializaciones, Maestrías) y la modalidad (presencial, virtual, híbrida); la duración de los programas profesionales (entre 8 y 9 semestres); oferta académica que satisfaga las expectativas de la juventud actual, innovación en los procesos de enseñanza-aprendizaje; empleabilidad y acreditación de alta calidad de los programas acreditables, entre otros.

COMPROMISOS					
Compromiso	Responsable	Fecha Límite	Cumplimiento		
			Si	No	En proceso
Enviar el formato de presentación de la estrategia Media Técnica, acompañar en las primeras reuniones de relacionamiento con colegios y suministrar el formato de convenios.	Juan Felipe Cardona Hernández	Inmediato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Programar dos reuniones anuales de mercadeo, antes de inscripciones (1 presencial), en las cuales se contará con la participación del Secretario General, Director del Centro Regional, Directores de Programa, Coordinadora de Extensión y Auxiliares de Mercadeo.	Juan Felipe Cardona Hernández	Año 2025	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Aplicar encuestas de sondeo en los colegios, que permitan revisar la viabilidad de los programas próximos a aperturar.	Oficina de Mercadeo y Comunicaciones Centro Regional Manizales	Permanente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Programar un espacio en el Comité Directivo, con la finalidad de dar a conocer los temas abordados en la reunión, en lo posible asistirán de manera remota el Secretario General y el Coordinador de la Oficina de Mercadeo y Publicidad.	Oficina de Mercadeo y Comunicaciones Centro Regional Manizales	Inmediato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Enviar simulación presupuestal del programa de Comunicación Social, con las categorías más bajas; teniendo en cuenta, cursos comunes con el programa de Diseño Gráfico.	Anlly Tatiana Florez Ospina y Juan Felipe Cardona Hernández	Octubre 2024	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Informe de necesidad de cada programa.	Oficina de Mercadeo y Comunicaciones Centro Regional Manizales	Pendiente por definir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Implementar programas media técnica y enlace universitario como la Universidad en tu Colegio	Coordinación de Mercadeo Centro Regional Manizales, Directores de Programas, Dirección Centro Regional	Empieza la gestión desde el año 2024	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Activación de semilleros cada semestre y sábados	Coordinación de Mercadeo Centro Regional Manizales, Directores de Programas,	Año 2024	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

	ACTA DE REUNIÓN	Código: FO-DE-236
		Versión: 5
		Fecha: 01-03-2024

	Extensión Centro Regional				
Elaboración de programas cortos con microcertificaciones, técnicos laborales	Coordinación de Extensión, programas académicos, Mercadeo Centro Regional	Año 2025	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Activar venta de servicios laboratorios de comunicación social para colegios, entidades	Dirección programa de Comunicación Socia, Extensión, Mercadeo	Año 2025	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Promover una tienda universitaria en el Centro Regional con venta de insumos institucionales entregada en concesión	Mercadeo, Bienestar y Extensión Centro Regional	Marzo año 2025	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

DOCUMENTOS ANEXOS		
Descripción	Tipo	Origen

PRÓXIMA REUNIÓN					
Lugar:	Por definir	Fecha:	Por definir	Hora:	Por definir


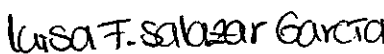
ASISTENCIA				
Nombre Convocado	Cargo	Asistió		Observación
		Si	No	
Francisco Javier Acosta Gómez	Secretario General	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Juan Felipe Cardona Hernández	Coordinador oficina de Mercadeo y publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Anlly Tatiana Flórez Ospina	Coordinadora: Comunicación Social - Diseño Gráfico	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Giovanny Arias Cerquera	Coordinador: Licenciatura en Lenguas Extranjeras con énfasis en Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Pamela Constanza Santa Montoya	Coordinadora de Prácticas, programa de Psicología	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Diana Carolina Usma Osorio	Auxiliar de Mercadeo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	ACTA DE REUNIÓN	Código: FO-DE-236 Versión: 5 Fecha: 01-03-2024
---	------------------------	---

Luisa Fernanda Salazar García	Auxiliar de Mercadeo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
-------------------------------	----------------------	-------------------------------------	--------------------------	--

INVITADOS				
Nombre Convocado	Cargo	Asistió		Observación
		Si	No	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Acta elaborada por:	Luisa Fernanda Salazar García	Fecha:	04 de octubre de 2024
---------------------	-------------------------------	--------	-----------------------

<p>Firma:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 40px;"> <div data-bbox="240 945 646 1092">  Francisco Javier Acosta Gómez Presidente <input checked="" type="checkbox"/> Convocante <input type="checkbox"/> </div> <div data-bbox="893 976 1291 1092">  Luisa Fernanda Salazar García Secretaria <input checked="" type="checkbox"/> Asistente <input type="checkbox"/> </div> </div>	
--	--