




 <b>UNIVERSIDAD DE MANIZALES</b>	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  <b>PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN Y GESTIÓN DE PREGRADOS Y POSGRADOS.</b>		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-001
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	03/03/2023
			<b>PÁGINAS</b>	1 de 3

<b>OBJETIVO</b>	Establecer una método claro y formal para realizar las actividades relacionadas con la promoción de los diferentes programas de pregrado y posgrado, así como también la gestión de inscripciones y matrículas a los programas ofertados por la Universidad de Manizales.
<b>ALCANCE</b>	Inicia con la planeación de las actividades de promoción y termina con la matrícula de estudiantes en los diferentes programas de pregrado y posgrado que ofrece la Universidad de Manizales.
<b>MARCO NORMATIVO</b>	Ley 1581 de 2012 Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
<b>DEFINICIONES</b>	<p><b>Landing page:</b>(página de aterrizaje) es una página dentro de un sitio web, desarrollada con el único objetivo de convertir los visitantes en Leads o prospectos de ventas por medio de una oferta determinada.</p> <p><b>CRM:</b> (Gestión de las relaciones con los clientes) es una estrategia para gestionar todas las relaciones e interacciones de una empresa con sus clientes potenciales y existentes. Un sistema CRM ayuda a las empresas a mantenerse en contacto con los clientes, agilizar los procesos y mejorar la rentabilidad.</p>
<b>DOCUMENTOS DE REFERENCIA</b>	Plegables informativos.

PASO	RESPONSABLE/ DEPENDENCIA	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
1.	-Dirección de Comunicaciones y Mercadeo.  -Equipo de promoción.  -Personal de call center.	<p><b>Planear las actividades mensuales de promoción de los programas de pregrado y posgrado.</b></p> <p>Se realiza un cronograma mensual (visitas y ferias) con las actividades a realizar según la disponibilidad del proceso, de las instituciones y de las empresas.</p> <p><b>Solicitar citas para visitas de promoción:</b></p> <p>-La solicitud de las visitas a colegios e instituciones se realiza directamente con el rector, coordinador o psicólogo de la institución educativa; Dicha visita se concreta con 8 días de anticipación.</p> <p>-La solicitud de visita a empresas, se realiza por medio de llamada o de correo electrónico al líder de talento humano de la organización.</p>
2.	Equipo de promoción.	<p><b>Elaborar presupuesto mensual de promoción.</b></p> <p>Mensualmente se realiza el presupuesto y se solicita el anticipo, igualmente se solicitan los viáticos para las visitas por fuera de la ciudad.</p> <p>Esta actividad se hace teniendo en cuenta el presupuesto anual de la Dirección de Comunicaciones y Mercadeo.</p>
3.	Equipo de promoción.	<b>Presentar y entregar la información a los interesados.</b>

 UNIVERSIDAD DE MANIZALES	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN Y GESTIÓN DE PREGRADOS Y POSGRADOS.		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-001
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	03/03/2023
			<b>PÁGINAS</b>	2 de 3

		Las presentaciones de promoción se realizan en las instituciones o empresas con una programación previa, también se realizan en la Universidad cuando las instituciones lo solicitan así.
4.	Equipo de promoción.	<b>Recopilar datos de interesados en los programas.</b>  Esta información es recopilada de las diferentes actividades que se realizan de promoción como visitas a colegios, empresas, ferias, actividades realizadas en la Universidad y pauta digital. -En las actividades presenciales se recopila información de contacto de las personas por medio del formato de encuesta de estudiantes potenciales (CYM-FOR-001), donde manifiestan 2 programas de interés. -En los medios digitales a través del Landing Page, la información llega directamente al CRM.
5.	-Equipo de promoción.  -Personal de Call center.	<b>Digitar, incorporar y depurar los datos para su posterior inclusión en el CRM.</b>  Después de realizada la feria o la visita a colegios o empresas, se entregan los registros obtenidos para su digitación.  Se depura la información digitada dando preferencia a los formatos que contengan programas de la Universidad de Manizales por medio del formato (CYM-FOR-002).
6.	Personal de Call Center.	<b>Contactar con los interesados.</b>  Por medio del CRM se realizan las llamadas a las personas que manifestaron interés por alguno de los programas de la Universidad de Manizales.
7.	-Equipo de promoción.  -Personal de Call center.	<b>Apoyar la preinscripción de estudiantes.</b>  Las preinscripciones se realizan de manera telefónica o personal, donde se les presta un acompañamiento en este proceso teniendo en cuenta el Procedimiento para la preinscripción e inscripción de estudiantes (RAA-PRO-001).
8.	-Equipo de promoción.  -Personal de Call center.	<b>Apoyar la inscripción de estudiantes.</b>  Las inscripciones se realizan de manera telefónica o personal donde se les presta un acompañamiento en este proceso teniendo en cuenta el Procedimiento para la preinscripción e inscripción de estudiantes (RAA-PRO-001).  Para la inscripción se verifica que el estudiante cumpla con los documentos requeridos (pago verificado, acta de grado del colegio, resultados pruebas icfes, certificado de la eps, documentos de identidad, fotografía).
9.	-Equipo de promoción.	<b>Realizar informe de comportamiento (preinscritos, inscritos y matriculados).</b>  En el último mes de matrículas se realiza un informe semanal para conocer el número de preinscritos, inscritos, y matriculados por cada programa académico.

 <b>UNIVERSIDAD DE MANIZALES</b>	<b>COMUNICACIONES Y MERCADEO</b>  <b>PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN Y GESTIÓN DE PREGRADOS Y POSGRADOS.</b>		<b>CÓDIGO</b>	CYM-PRO-001
			<b>VERSIÓN</b>	1
			<b>FECHA</b>	03/03/2023
			<b>PÁGINAS</b>	3 de 3

10.	-Equipo de promoción.	<b>Apoyar las matrículas de los estudiantes.</b>  Se brinda apoyo a través de medios como contacto telefónico, WhatsApp y correo electrónico para lograr la matrícula de los admitidos de acuerdo al instructivo para matrícula de estudiantes admitidos (RAA-INS-001).
11.	-Equipo de promoción.  -Dirección de Comunicaciones y Mercadeo.	<b>Ajustar el proceso.</b>  De acuerdo al análisis del informe de comportamiento, se ajustan las medidas, estrategias y los procedimientos para la promoción y gestión de pregrados y posgrados.

**DOCUMENTOS ASOCIADOS:**

NOMBRE DEL DOCUMENTO	CÓDIGO
Procedimiento para la preinscripción e inscripción de estudiantes	RAA-PRO-001
Instructivo para matrícula de estudiantes admitidos	RAA-INS-001
Caracterización del proceso	CYM-CRT-001

**FORMATOS ASOCIADOS:**

NOMBRE DEL DOCUMENTO	CÓDIGO
Formato de encuesta de estudiantes potenciales	CYM-FOR-001
Plantilla para la importación de datos al CRM	CYM-FOR-002