



GESTIÓN DE MERCADEO

Código: CP-GM-01

Versión: 02

CARACTERIZACIÓN DE PROCESO

Fecha: 28/08/2023

Página: 1 de 4

OBJETIVO	Gestionar las actividades relacionadas con la promoción y mercadeo de los servicios ofertados por la Institución con el propósito de incrementar su reconocimiento y posicionamiento.
ALCANCE	El proceso abarca desde el diseño del Plan de Mercadeo Institucional, hasta el seguimiento y valoración de la ejecución de actividades del Plan de Mercadeo Institucional.
RESPONSABLE	Profesional Universitario adscrito al proceso de Gestión de Mercadeo

ETAPA	TIPO DE PROVEEDOR		PROVEEDOR	ENTRADA / INSUMO	ACTIVIDADES CLAVES	SALIDA	CLIENTE	TIPO DE CLIENTE	
	INTERNO	EXTERNO						INTERNO	EXTERNO
P		X	Ministerio de Educación Nacional Sector productivo Instituciones de Educación Media Instituciones de Educación Superior	Índices de empleabilidad según áreas de conocimiento Niveles de interés frente a la oferta académica ISER Caracterización de graduados de los estudiantes de la educación media Caracterización de las estrategias y programas académicos ofertados					
	X		Direccionamiento Estratégico Formación Extensión Gestión de Aseguramiento Interno de la Calidad Admisiones, Registro y Control Académico Gestión Jurídica Gestión de Tecnologías de la Información y la Comunicación Gestión de Mercadeo	Proyecto Educativo Institucional Plan de Desarrollo Institucional Plan de Acción Institucional Necesidades de nueva Oferta Académica Oferta Académica de Educación Continuada y ETDH Portafolio de Servicios Datos y reportes estadísticos de inscritos, preinscritos y matriculados Convenios Plataformas Tecnológicas Análisis del mercado a nivel externo e interno	Diseñar el Plan de Mercadeo Institucional	Estudios de Mercado Estudios de Competencia Estudios de Pertinencia Bases de Datos Plan de Mercadeo Institucional	Direccionamiento Estratégico Gestión de Tecnologías de la Información y la Comunicación Gestión de Aseguramiento Interno de la Calidad Formación Extensión Admisiones, Registro y Control Académico	X	

P	X		Gestión de Mercadeo	Plan de Mercadeo Institucional Bases de Datos	Planear la Gestión de Mercadeo	Cronograma de visitas y participación en ferias Programación de eventos	Direccionamiento Estratégico Gestión de Tecnologías de la Información y la Comunicación Admisiones, Registro y Control Académico Formación Extensión	X	
H		X	Organismos de Control	Normatividad Legal	Divulgar y promocionar portafolio de servicios institucionales	Registros de promoción de servicios ISER Campañas publicitarias Registros de participación en eventos y/o ferias Encuestas de satisfacción Aspirantes	Gestión de Mercadeo Gestión de Tecnologías de la Información y la Comunicación Admisiones, Registro y Control Académico	X	
	X		Gestión de Mercadeo Gestión de Tecnologías de la Información y la Comunicación	Plan de Mercadeo Institucional Cronograma de visitas y participación en ferias Programación de eventos Manual de Imagen Corporativa Plan de Medios Plan Estratégico de Comunicación					
V	X		Direccionamiento Estratégico Gestión de Mercadeo	Plan de Acción Institucional Indicadores de Gestión Matriz de Riesgos y Oportunidades Estudios de Mercado Estudios de Competencia Estudios de Pertinencia Bases de Datos Plan de Mercadeo Institucional Cronograma de visitas y participación en ferias Programación de eventos Registros de promoción de servicios ISER Campañas publicitarias Registros de participación en eventos y/o ferias Encuestas de satisfacción Aspirantes	Monitorear la ejecución de las actividades del proceso	Informes de Gestión	Direccionamiento Estratégico Gestión de Aseguramiento Interno de la Calidad Formación Extensión Admisiones, Registro y Control Académico	X	



GESTIÓN DE MERCADEO

Código: CP-GM-01

Versión: 02

CARACTERIZACIÓN DE PROCESO

Fecha: 28/08/2023

Página: 3 de 4

A	X		Gestión de Mercadeo Direccionamiento Estratégico Gestión de la Calidad Control Interno de Gestión Gestión Documental	Informes de Gestión Salidas No Conformes Informes de Resultados de evaluaciones de impacto y/o resultados de análisis de Riesgos y Oportunidades Informes Satisfacción Resultados de Análisis de Indicadores Resultados de Auditorías PQRSD	Implementar acciones correctivas, preventivas y de mejora en el proceso	Planes de Mejora	Direccionamiento Estratégico Gestión de la Calidad Control Interno de Gestión Gestión Documental	X	
---	---	--	--	--	---	------------------	---	---	--

REQUISITOS DEL PROCESO

REQUISITOS ISO 9001:2015

Resolución 070 del 01 de marzo de 2019

4.1 Entendiendo la Organización y su Contexto - 4.2. Comprensión de las Necesidades y Expectativas de las Partes Interesadas - 7.4. Comunicación - 7.5. Información Documentada - 8.2 Requisitos para los Productos y Servicios - 8.7 Control de las Salidas No Conformes - 9.1. Seguimiento, Medición, Análisis y Evaluación - 10. Mejora

RIESGOS

INDICADORES

Ver Matriz de Riesgos del proceso

Ver Matriz de Indicadores del proceso

DOCUMENTOS ASOCIADOS

RECURSOS

Plan de Desarrollo Institucional 2021 - 2030

Recursos Humanos, Tecnológicos y Financieros

HISTORIA DE MODIFICACIONES

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
25/01/2023	01	Creación del documento debido a la adopción de las disposiciones emitidas a través de la Resolución 617 del 05 de octubre de 2022.
28/08/2023	02	Modificación del documento en cumplimiento de las disposiciones emitidas a través de la Resolución 173 de 2023.



GESTIÓN DE MERCADEO

Código: CP-GM-01

Versión: 02

CARACTERIZACIÓN DE PROCESO

Fecha: 28/08/2023

Página: 4 de 4

CONTROL DE CAMBIOS

Elaboró

Aprobó

José Yovanny Caicedo Barrera

Mónica Enith Salanueva Abril

Profesional Universitario adscrito al proceso de Gestión de Mercadeo

Profesional Especializado adscrito al proceso de Direccionamiento Estratégico