

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 36

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS**

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA

Nombre del estudiante	Juan Felipe Moreno Martínez
Programa académico	Administración de Negocios Internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Universidad EAFIT
NIT.	890.901.389-5
Dirección	Carrera 49 N 7 Sur 50, Medellín
Teléfono	2619500 – 4489500 Ext: 3300
Dependencia o Área	Mercadeo
Nombre Completo del Jefe del estudiante	María José Gaviria Rincón
	Coordinadora de Mercalab
Cargo	
Labor que desempeña el estudiante	Visitas guiadas virtuales sobre el contenido institucional e infraestructura del área de mercadeo, gestión de la página interna de internet llamada Marketips, administrar los videos y el contenido adicional que deba llevar a la página Marketips, gestionar el contenido de la página de Instagram del Mercalab, consultar al área de sistemas información sobre la herramienta SharePoint, gestión de contenido informativo, lúdico y dinámico que pueda ser usado dentro de cualquier herramienta de publicación masiva dentro de la universidad EAFIT.
Nombre del asesor de práctica	María Elena Jaramillo Mercado
Fecha de inicio de la práctica	Julio 15 de 2020
Fecha de finalización de la práctica	Enero 15 de 2021

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 36

Contenido

	Pág.
1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA	6
1.1 Centro de práctica	6
1.2 Objetivo de la práctica empresarial.	7
1.3 Funciones de la práctica.	7
1.4 Justificación de la práctica empresarial.	8
1.5 Equipo de trabajo.	8
2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS	8
2.1 Título de la propuesta	8
2.2 Planteamiento del problema.	8
2.3 Justificación.	9
2.4 Objetivos de la propuesta plan de mejoramiento.	9
2.4.1 General.	9
2.4.2 Objetivos Específicos.	9
2.5 Diseño Metodológico.	9
2.6 Cronograma de Actividades.	10
2.7 Presupuesto (Ficha de presupuesto).	10
3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	11
3.1 Marco de referencia	11
3.1.1 Marco teórico.	11
3.1.1.1 Fundamentos de la Educación Superior en Latinoamérica.	11
3.1.1.2 Marco de la Educación Superior en Colombia.	12
3.1.1.3 Demanda de los programas de mercadeo a nivel nacional.	14
3.1.1.4 Ventajas y oportunidades que tiene el programa de mercadeo en pregrado.	15
3.1.2 Marco conceptual.	16
3.1.2.1 Gestión de mercado.	16
3.1.2.2 Aplicación del marketing en las actuales organizaciones.	16
3.1.2.3 Importancia de los programas de formación.	17

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 3 de 36

3.1.2.4 La era digital en la educación superior.	17
3.1.2.5 Pensum académico.	18
3.1.2.6 Marketing digital.	19
3.1.3 Marco legal.	19
3.2 Desarrollo y logro de objetivos.	20
3.2.1 Conocimiento de la metodología que utiliza la universidad para atraer estudiantes semestralmente.	20
3.2.2 Análisis de las herramientas o formas de comunicación que tiene la universidad actualmente para promocionar el programa de Mercadeo.	26
3.2.3 Proceso estratégico para que los estudiantes de último grado de bachillerato aspiren a la universidad Eafit.	29
4. CONCLUSIONES	
5. RECOMENDACIONES	
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 4 de 36

Lista de tablas

Tabla 1. Cronograma de Gantt.	Pág. 10
-------------------------------	-------------------

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 5 de 36

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1: Estudio organizacional del centro de practica.	7
Figura 2: Matricula en instituciones de educación superior según nivel de formación (2015).	13
Figura 3: Trabajo en equipo y habilidades en negociación.	15
Figura 4: Promedios basados en experiencias tecnológicas.	17
Figura 5: Plan de estudios pregrado en mercadeo.	18
Figura 6: Evidencia de sesiones virtuales.	21
Figura 7: Becas estudiantes nuevos.	21
Figura 8: Motivación regreso a clases.	22
Figura 9: Formato de inscripción.	22
Figura 10. Eventos psicosociales de identificación de perfil profesional.	23
Figura 11. Evento feria Eafit.	24
Figura 12. Charla proceso de inscripción.	25
Figura 13: Afiche inscripciones pregrado.	26
Figura 14. Vallas publicitarias de eventos de la Universidad Eafit.	27
Figura 15. Volante evento Banco de la República.	28
Figura 16. Auditorio Fundadores, Bloque 28.	31
Figura 17. Herramienta Microsoft Teams para reuniones a distancia.	32

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 6 de 36

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA

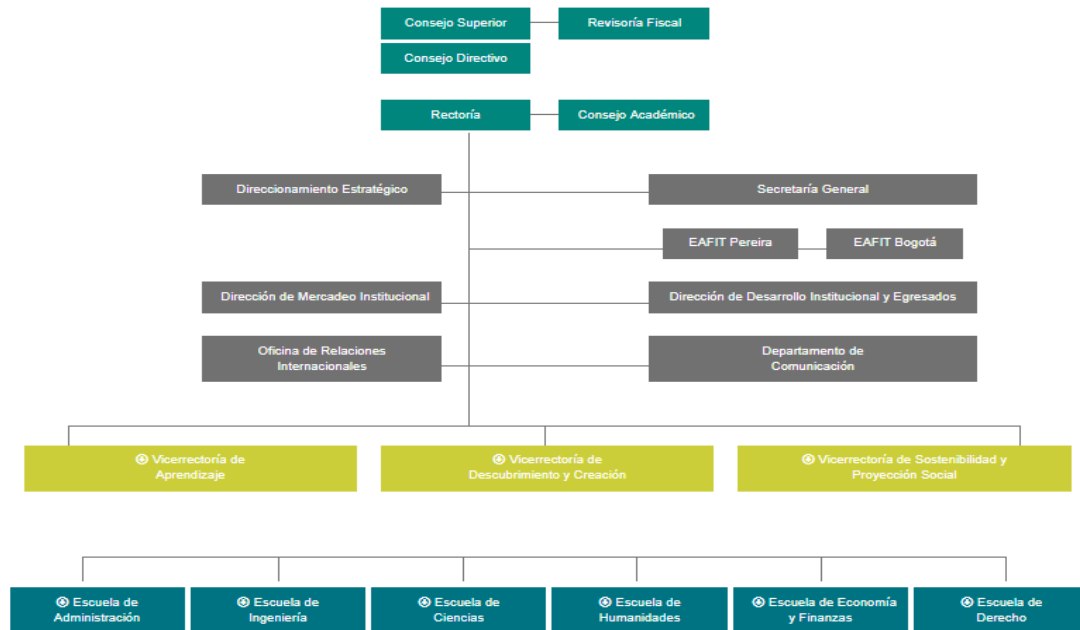
1.1 Centro de práctica.

A continuación, se da a conocer la información principal de la empresa en la cual se realiza la práctica profesional para optar el título como futuro profesional en el ámbito de la administración de los negocios internacionales:

- **Nombre o razón social.** Universidad EAFIT.
- **Misión.** Contribuimos al desarrollo sostenible de la humanidad mediante la oferta de programas que estimulen el aprendizaje a lo largo de la vida, promuevan el descubrimiento y la creación y propicien la interacción con el entorno.
- **Visión.** Seremos la universidad para todas las generaciones y un ecosistema inteligente en permanente renovación, que conecta propósitos con conocimiento.
- **Objetivos institucionales.**
 - Aprender, a través de descubrimientos, creación y cultura con sentimiento humano.
 - Ser sostenible, donde se genere confianza y esperanza.
 - Poseer un ecosistema inteligente y consciente.
 - Adquirir alianzas para construir sociedad.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 7 de 36

Figura 1: Estudio organizacional del centro de practica.



Fuente: Universidad EAFIT

1.2 Objetivo de la práctica empresarial.

Los objetivos de la práctica profesional se determinan de la siguiente manera:

- Obtener conocimiento útil para la vida laboral y profesional.
- Aprender los diferentes temas en materia de los negocios internacionales.
- Lograr las metas propuestas por la Universidad para alcanzar el título profesional.

1.3 Funciones de la práctica.

La práctica conlleva a analizar diferentes puntos de vista, los cuales son el resultado de la aplicación de conocimientos, desarrollados mediante las funciones realizadas en el centro de práctica: Visitas virtuales del laboratorio de mercadeo; gestión de la página interna de internet; administrar videos y contenido adicional de la página Marketips, gestionar contenido de la página de Instagram del Mercalab; gestión de contenido informativo, lúdico y dinámico en herramientas de publicación masiva en EAFIT.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 8 de 36

1.4 Justificación de la práctica empresarial.

La práctica es una oportunidad para aprender y fortalecer los ámbitos laborales y educativos en el marco de las actuales organizaciones a nivel nacional e internacional. Para el proyecto de vida es un escalón importante para lograr ser un profesional integro a la sociedad y como contribución al proyecto de vida. Actualmente las exigencias del medio empresarial implican el desarrollo de habilidades de personas competentes capaces de contribuir a la superación del reto propuesto por las empresas para su crecimiento.

1.5 Equipo de trabajo.

Para el desarrollo del plan que se va a proponer a la Universidad EAFIT, no se estima un equipo de trabajo. El apoyo principal será la del jefe inmediato, María José Gaviria Rincón, Coordinadora de Mercalab.

2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Título de la propuesta.

Formulación de una propuesta estratégica de motivación para que los jóvenes de último grado de bachillerato del Municipio de Envigado accedan al programa de Mercadeo de la Universidad EAFIT.

2.2 Planteamiento del problema.

Ante la contingencia de emergencia económica y sanitaria Covid-19, se dificulta para las instituciones de formación superior contar con aspirantes que conozcan las herramientas o aulas con las cuales cuenta el laboratorio de mercadeo, por ser altamente tecnológicas y modernizadas y son demandadas por grandes compañías. Se presentan grandes dificultades de acceso de futuros aspirantes para que conozcan las herramientas que propone la Universidad, y aspiren al programa de Mercadeo.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 9 de 36

2.3 Justificación.

Para lograr los propósitos de mejorar los ámbitos de la educación superior, la mejor manera es demostrando a los estudiantes las herramientas y aulas con las que pueden explorar lo gratificante del pregrado en mercadeo, con instrumentos altamente tecnológicos y de alta demanda, se asegura un futuro apto para suplir las necesidades de las grandes compañías.

Como sociedad siempre se busca el bien común, y es logrado con la ayuda de la infraestructura adecuada, con esto se llega al real objetivo, la universidad EAFIT posee lo necesario para gratificar el saber ser profesional y por lo que para el futuro profesional garantiza el éxito para aportar grandes ideas a la población del mundo.

2.4 Objetivos de la propuesta plan de mejoramiento.

2.4.1 General.

Formular una propuesta estratégica de motivación para que los jóvenes de último grado de bachillerato del Municipio de Envigado accedan al programa de Mercadeo de la Universidad EAFIT.

2.4.2 Objetivos Específicos.

- Conocer la metodología que utiliza la Universidad para atraer estudiantes.
- Analizar las formas de comunicación que posee la universidad para promocionar el programa de Mercadeo.
- Elaborar el proceso estratégico para que los estudiantes de último grado de bachillerato aspiren a la universidad.

2.5 Diseño Metodológico.

- Fuentes primarias: Centro de información universitaria EAFIT, jefe inmediato María José Gaviria Rincón, jefe del pregrado de mercadeo Alejandro Arias Salazar.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 10 de 36

- Fuentes secundarias: Biblioteca pública de Envigado, biblioteca de la universidad de Envigado, biblioteca de la universidad EAFIT.
- Se establecerá procedimiento para para desarrollo de la estrategia, vía virtual y soportado como evidencia con registros fotográficos e imágenes, argumentadas.

2.6 Cronograma de Actividades.

Se conoce el tiempo estimado de desarrollo de las actividades de ejecución para el control óptimo del trabajo de grado, en el siguiente cronograma:

Tabla 1. Cronograma de Gantt.

Actividades	Meses – año 2020			
	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Asesorías y orientación al proceso de la práctica profesional				
Conocer la metodología que utiliza la Universidad para atraer estudiantes.				
Analizar las formas de comunicación que tiene posee la universidad para promocionar el programa de Mercadeo.				
Elaborar el proceso estratégico para que los estudiantes de último grado se bachiller aspiren a la universidad.				
Entrega del plan de mejoramiento y sustentación				

Fuente. Propia.

2.7 Presupuesto (Ficha de presupuesto).

No se estima presupuesto para la propuesta debido a que todo el proceso se llevará a cabo por medio virtuales; recursos con los cuales cuenta la Universidad EAFIT.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 11 de 36

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1 Marco de referencia

3.1.1 Marco teórico.

3.1.1.1 Fundamentos de la Educación Superior en Latinoamérica. Es importante cuestionarse por qué la educación es un problema serio en estos tiempos y también conocer por qué es una incertidumbre. Al menos se sabe que las instituciones, el maestro y la educación en general es un tema que es de total complejidad ya que debe existir una forma correcta en la que se debe educar en donde la educación por ser un campo amplio que debe poseer bases en los grandes saberes y valores institucionales, y a su vez unas reformas que vayan conectadas al cambio natural de la función social y estructural del día a día. Es evidente que cada una de las personas que vive la encrucijada de la experiencia de la educación puede, en algunos casos, entrar en crisis o sobre llevarla, todo depende de que tan fácil sea el acceso a las enseñanzas de los docentes. En nuestra época en particular las relaciones y modos de vida son las que acreditan los verdaderos análisis que captan los cambios sociales y educativos mediante la tecnología y la historia, Latinoamérica esta enfocada en generar grandes aportes educativos en aras de evitar el aumento de la deserción educativa.

Es dado por hecho que el mundo cambia a medida de los diferentes conflictos que no son ajenos al cambio radical en la forma en que se educa, se sabe que la crisis, la relaciones mundiales y el enfoque sistemático son las triada nominal que argumentan este análisis, lo ideal es que actualmente en Latinoamérica a raíz de todas las crisis que se han sufrido en los diferentes países la educación sea el garante para avanzar y no una barrera para la infancia y la juventud, también están los ideales basados en el miedo o en la violencia que dificultan el avance. Existe el significado de la mundialización en donde las diferentes relaciones son núcleos para materializar una idea de la correcta globalización y en esto se encuentra la educación con un objetivo primordial para unir esas redes sociales, en diferentes países ha existido contrastes de derecha e izquierda quienes dependiendo de quién gobierne dicta los modos correctos de educar y cómo será la sistematización informativa en colegios y universidades, Si nos detenemos a pensar las diferentes implicaciones que esto trae sabremos que el verdadero problema de la educación en Latinoamérica, por ser de tercer mundo, se puede considerar en evolución y esto puesto en tela de juicio, seria injusto, y lo ideal es que sea útil para el resto de la población mundial por ello los diferentes enfoques deben garantizar una conciencia global para que la educación sea soberana y esencial para todos los habitantes.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 12 de 36

Sabemos que en Latinoamérica se educa principalmente para ser productivos, pero no siempre debe ser así, lo ideal es que los grandes pensadores ayuden y se enfoquen en el mejoramiento de los respectivos gobiernos para avanzar como sociedad. Sabemos que hay un cambio en la educación moderna que intenta responder en cierta parte a una buena restructuración que sea útil en el mercado laboral que incluyan nuevas experiencias en donde se hable de flexibilidad, un excelente trabajo en equipo, la correcta competencia, el tiempo de trabajo, etc. Y dejando de un lado la vieja idea en donde la sociedad imponía que era necesario un ejército laboral que solamente se centre en seguir órdenes y que no pasen de lo básico de un ser humano.

Lo nuevo de la educación en Latinoamérica plantea exigencias para crear personas capaces de vincularse en el mundo laboral donde existan ciudadanos disciplinados y que sean competentes en lo que el mercado laboral solicita y que busca que lo sorprenda. Todo lo anterior expone un esquema complejo por lo que la educación se mueve constantemente dependiendo de los ritmos y la impresión que le inculquen sus directivos. Sabemos que hay un desajuste en el sistema y que por ello la educación en el sur del continente se debe enfocar en la correcta frecuencia para ir más allá de lo que está sucediendo, adicional, ajustarse al cambio mundial en las diferentes políticas internacionales de educación en donde el pensamiento no se vea como algo menor y que los descubrimientos sean una invitación para derrochar el pensamiento individual.

3.1.1.2 Marco de la Educación Superior en Colombia. Desde el punto de vista del gobierno nacional la educación en Colombia se define como un proceso de formación en constante evolución de manera personal y cultural, en donde está enfocado en el contexto social de manera que sea íntegro para que las personas se guíen hacia sus derechos y deberes por medio de la Constitución política de Colombia, en esta se dan fundamentos del servicio educativo en donde se indican por ejemplo: que es un derecho para todas las personas y que hace la función social para avanzar como sociedad, y se debe prestar como servicio público, lo ideal es que este en constante inspección y vigilancia con el fin de velar por su excelente calidad. También se garantiza que la mayor cantidad de jóvenes y niños del país puedan acceder a ella guiados siempre por la formación moral, intelectual y física; es importante denotar que la educación en Colombia está conformada desde su nivel preescolar, educación básica, bachillerato y luego la educación superior todo igualmente vigilado por el gobierno nacional.

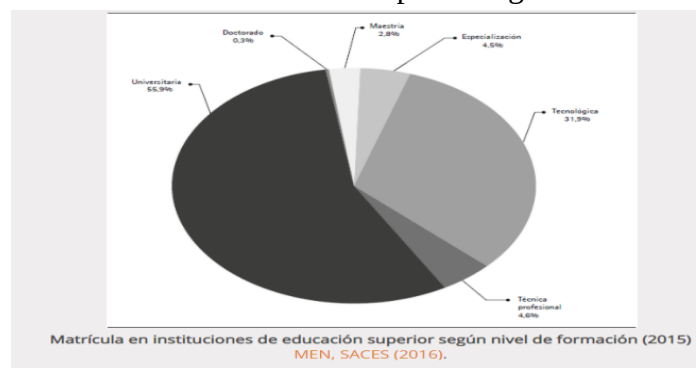
El logro de la educación superior en Colombia enfrenta diferentes aspectos en los que se debe tratar la cobertura y su constante mejoramiento de la calidad, y su formación profesional debe ser garante para todos los ciudadanos, de igual modo se debe tener en cuenta las condiciones socioeconómicas de los hogares para que se garantice la debida absorción de conocimiento en

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 13 de 36

donde la institución y los estudiantes están relacionadas con el manejo administrativo para que juntos lleguen a una meta en común. Se debe garantizar el interés por el estudio ya que Colombia como estado siempre ha tenido en cuenta la educación como prioridad y la educación superior en una escala de mejoría para todos. En Colombia se debe tener en cuenta el rendimiento de los estudiantes así, y a través de diferentes evaluaciones se sabe qué tan significativo está siendo el papel del docente y si sus métodos son los adecuados para las actuales necesidades.

A través del tiempo la educación superior en Colombia pasó a evolucionar a tres niveles de formación las cuales son el técnico, el tecnólogo y el profesional, este último comprende diferentes programas académicos que garantizan un crecimiento económico viable ante la sociedad y el estado, de igual modo se exploran diferentes alternativas a raíz de los cambios mundiales y de las necesidades de las empresas, ya que se sabe que la globalización es un hecho ineludible se debe mezclar con los ente gubernamentales y garantizar la aceptación y creación de diferentes instituciones de educación superior que vayan de la mano con las reglamentaciones nacionales adecuadas para que sirva a la sociedad. Hay un hecho claro y es que según la imagen el 55.9% de los estudiantes prefieren hacer una carrera universitaria seguido de los tecnólogos con el 31.9%, los que siguen son los técnicos con el 4.6%, las especializaciones con el 4.5% luego la maestría con el 2.8% y en un bajo porcentaje el doctorado con el 0.3%. Esto es importante tenerlo en cuenta ya que el gobierno de Colombia posee una visión acertada de estos datos oficiales de las actividades que realizan los estudiantes luego de terminar el bachillerato. De igual modo no se debe dejar a un lado las condiciones socioeconómicas, esto es vital para que los estudiantes puedan garantizar un paso a esa educación superior, lamentablemente hay una brecha bastante grande en el tema económico que limita a muchas personas a acceder a una carrera de educación superior y es por ello muchos pasan directamente a trabajar en vez de estudiar.

Figura 2: Matricula en instituciones de educación superior según nivel de formación (2015).



Fuente: Scielo.org.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 14 de 36

3.1.1.3 Demanda de los programas de mercadeo a nivel nacional. Se tiene conocimiento que uno de los programas que más exige la economía nacional es la publicidad y el mercadeo, ya que es un base fundamental para el funcionamiento de cualquier empresa que desea hacerse conocer en el mercado y gracias al constante cambio que exigen los usuarios o consumidores. Por medio de la globalización se puede saber que las agencias de empleo y en diferentes convocatorias, buscan este tipo de perfil y para cubrir dichos puestos cada año se vinculan a miles de graduados en estas áreas en diferentes empresas del sector, independientemente de lo que se dedique. Se tiene por ejemplo que en Antioquia se ejecutan estrategias que permitan conocer de manera más cercana las necesidades de la población y la posible creación de nuevos empleos de allí se sabe que profesionales en publicidad y mercadeo y servicios de atención al cliente son requeridos siempre en el ámbito laboral.

Un determinante de la alta demanda de programas de mercadeo es que a nivel nacional hay un cambio constante gracias a la tecnología y la innovación, por ello tener como prioridad el marketing digital es de suma importancia para el crecimiento de las diferentes organizaciones, ya que mejorar la productividad y las empresas lleva a competir en el mercado de manera ideal y la idea es suministrar diferentes investigaciones que garanticen el afianzamiento del internet y el aumento del comercio electrónico, ya que el mundo está altamente conectado a las decisiones de las compañías que tratan de ganarse la fidelización de sus usuarios y clientes y no quedarse en el pasado. El mercado a través de la web va de la mano con los gustos y las modas ya que siempre se trata de una estrategia de comunicación en donde la relaciones públicas y lo que “más se está demandando” se pueda brindar de manera ágil y oportuna, hay que tener en cuenta que el marketing digital se divide en personalizado y de consumo masivo: el personalizado está enfocado en que el interesado siempre reciba o se le sugiera información o artículos que solamente sean de su gusto y el de consumo masivo se basa en llegar a una gran cantidad de usuarios en donde hay un gusto por algo que pueda estar de moda. La estrategia del marketing digital siempre está enfocado en la fidelización ya que internet ofrece diferentes contenidos para captar la atención de la sociedad, también sea debe tener un completo catálogo de motores de búsqueda en los cuales las empresas puedan exponer sus productos o servicios para conocimiento del público, es aquí donde los profesionales el mercadeo dan cuenta de sus enseñanzas y de su ingenio para tener a la empresa en la que realiza sus funciones en continuó funcionamiento y en continua actualización, la idea es que los profesionales el mercadeo vayan un paso adelante de lo que quieran los consumidores y por medio de publicidad, estrategias de compromiso y marketing viral puedan lograr su objetivo.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 15 de 36

3.1.1.4 Ventajas y oportunidades que tiene el programa de mercadeo en pregrado. Es importante para el mercado nacional tener profesionales en el área de marketing, ya que las competencias que desarrollan se basan en gestionar los recursos ideales para llegar a los clientes y el crecimiento del relacionamiento público pueda hacer que las compañías sean reconocidas y puedan explotar su potencial, ya sea por medio de la innovación en sus productos o servicios, de igual modo se sabe que el mercadeo se encamina a desarrollar análisis y plantear estrategias para comercializar y ejecutar campañas para la promoción y divulgación. Sirviendo para que las empresas realicen proyecciones y apoyo en los resultados de los diagnósticos para mejorar las estrategias de comercialización, por ejemplo, la base está en enfocarse en productos de consumo masivo y aquí es donde el marketing digital por medio de habilidades como negociador logran atrapar la atención de los usuarios por medio de percepciones y gustos.

Muchas empresas en el sector comercial de Colombia demandan profesionales en el área de mercadeo por su alto interés de promocionar, satisfacer y sorprender a los clientes. Es por esto que para las universidades el gran reto es tener unos lineamientos profesionales para formar adecuadamente a sus futuros analistas del consumo global, tenemos como ejemplo la universidad Eafit (imagen) que nos demuestra que un profesional en mercadeo es competente para la formulación, ejecución y administración de proyectos en mercadeo idóneos para la investigación de empresas globales, adaptarse a las tendencias y necesidades de los consumidores, adicional de saber manejar los productos y servicios de las compañías todo eso enfocado con el desarrollo económico y social del país sin dejar a un lado la formación en alta calidad Académica.

Figura 3: Trabajo en equipo y habilidades en negociación.



Fuente: Universidad Eafit.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 16 de 36

3.1.2 Marco conceptual.

3.1.2.1 Gestión de mercado. En los mercados actuales es importante conocer la condición de lo que los usuarios buscan y qué es lo que las empresas tienen para ofrecer, por ello es importante saber y entender el papel de las empresas en el mercado. Ante todo, hay que realizar unas intensas investigaciones que lleven a entender cada una de las necesidades de los usuarios, también investigar por medio de elaboradas estrategias de difusión como atrapar clientes.

Fidelizar clientes por medio de herramientas digitales es muy útil, ya que la tecnología hoy en día es esencial para que las empresas puedan surgir y continuar en el mundo competitivo, gestionar los mercados en el mundo es simplificar lo que los usuarios quieren y para ellos hay que tener conocimientos respecto a los gustos cambiantes de los clientes. Hay algo que es lo que se le llama el “know How” y es ser totalmente investigativo, creativo y ser un ejecutor en tiempo real del perfil de los clientes; la tecnología también es esencial si se desea llegar a muchas más personas y manejar herramientas acordes a esto nos lleva a almacenar información relevante sobre los cambios continuos de la sociedad.

3.1.2.2 Aplicación del marketing en las actuales organizaciones. Es muy útil saber que el marketing en las organizaciones es de fundamental uso ya que es como se destacan en el mundo laboral las organizaciones, en esto involucra también una debida comunicación de cliente-empresa y empresa-cliente que garantice una estabilidad comercial a lo largo del tiempo y más sabiendo que hay un constante cambio en el mercado.

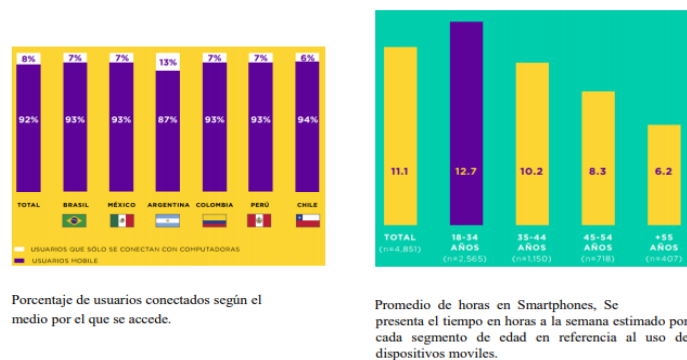
Con respecto a entender el mercado se debe saber que muchas de las empresas deben de satisfacer las necesidades de los clientes, adicional lograr que lo que ellos desean se pueda cumplir en el menor tiempo posible; al relacionar los cambios frecuentes de los productos que se ofrecen y de los servicios se concluye el porque los clientes siempre están buscando algo nuevo e innovador. Las compañías deben, en lo posible, enfocarse en satisfacer plenamente a sus clientes. También se hace uso de las redes sociales en donde se puede expresar e informar en cierto nivel de libertad a muchas personas en el menor tiempo posible un producto o servicio que pueda ser diferenciador al resto de los demás, hay millones de usuarios activos en las redes sociales por ello siempre estar a la vanguardia garantiza el éxito de las organizaciones.

Es preciso considerar, las herramientas por las cuales los clientes llegan a la información; por ello las organizaciones a través del marketing digital hacen esencial el relacionamiento y las investigaciones para saber llegar de la mejor manera y facilitando la vida a sus usuarios. Toda la

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 17 de 36

información que postule a las empresas para que el cliente las pueda conocer hace que la competencia y la innovación sea mejor y gratificante; por ejemplo, muchas de las edades en las cuales se utilizan los teléfonos celulares están entre los 18 y los 34 años, esto es demasiado importante de tener en cuenta para poder llegar a ese tipo de mercado, que es demasiado consumista ya que pesa más la moda o las innovaciones tecnológicas.

Figura 4: Promedios basados en experiencias tecnológicas.



Fuente: Unilibre.

3.1.2.3 Importancia de los programas de formación. Para las organizaciones debe ser importante el conocimiento continuo, para ello los programas de formación deben de ofrecer a sus empleados capacitaciones que motiven y hagan sentir realizados sus procesos, además de una inversión intelectual que les puede ayudar en el proyecto de vida a futuro. Dado el caso en cual se encuentre capacitando u ofreciendo algún producto o servicio a los clientes, la oportunidad de ofrecer estos programas es clave porque así las empresas pueden conocer y tener un diagnóstico real de las necesidades que están en medio del mercado y las tareas básicas que debe de realizar una organización o empresa que está compitiendo en el mercado debe de mejorar sus estándares continuamente para que las habilidades que se estén desarrollando sean útiles y fiables.

3.1.2.4 La era digital en la educación superior. El mundo actual exige un continuo cambio, por ello las nuevas herramientas de la información y la comunicación denominadas TIC Se deben mezclar en las actividades cotidianas de la sociedad, todo esto con tal de realizar una adecuada globalización de toda la información que pueda llevar a un fin profesional y educativo, el aprendizaje se debe de otorgar a la mayor cantidad de estudiantes utilizando la máxima cantidad de herramientas posibles y el internet ha replanteado ese medio para que los docentes puedan expresar sus pensamientos y conocimientos a quienes están dispuestos a recibirla.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 18 de 36

La educación en el mundo tiene un reto que es destruir las barreras de la falta de tecnología ya que limita su rango, por ello el desempeño de las nuevas mentes se basan en cómo crear caminos para enviar su conocimiento a quienes más lo necesitan, los últimos años han sido claves para potencializar las tecnologías que facilitan la comunicación entre todos ya que para ser profesionales se debe de obtener la mayor cantidad de ideas y experiencias posibles que encaminen al éxito. Hay múltiples plataformas en internet que facilitan la educación sin necesidad de que otra persona esté del otro lado y esto hace que el conocimiento éste disponible a cualquier día y hora, también se debe garantizar que los contenidos sean apropiados y que no vayan más allá de una simple ideología por ello la Web se mantienen en continua actualización para evitar fraudes y que la verdadera información sea la que llegue al mundo, en donde se garantiza un crecimiento adecuado de manera intelectual y profesional.

3.1.2.5 Pensum académico. En las universidades los planes de estudio garantizan que el conocimiento se pueda infundir en la mente de los estudiantes de manera eficaz y responsable, por ello para el área de mercadeo es clave que toda la experiencia de los profesores en las diferentes materias garanticen un nivel profesional adecuado para quienes cursan la carrera, adicional también hay núcleos de formación institucional que son materias adicionales que el estudiante puede elegir para fundamentar más su proyecto de vida y en donde hay diferentes líneas de énfasis que garantizan un éxito en los debidos procesos para fortalecer sus conocimientos en el ámbito profesional. Muchas carreras universitarias se enfocan en el saber-ser y es allí donde se ve la calidad institucional que garantiza a futuro que en la sociedad estarán alumnos capacitados a superar pruebas difíciles y a encontrar caminos acordes a solucionar y mejorar el estado de vida social. A continuación, se expone el plan de estudios del área de mercadeo de la universidad Eafit en Medellín.

Figura 5: Plan de estudios pregrado en mercadeo.



Fuente: Universidad Eafit.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 19 de 36

3.1.2.6 Marketing digital. El marketing digital u online se enfoca en desarrollar diferentes estrategias por medio de herramientas digitales como lo es el internet, con esto se logra llegar a un usuario en donde se le exponen productos o servicios que actualmente se encuentran en el mercado. Existen millones de empresas que ofrecen experiencias mediante estrategias de fidelización o grandes publicidades para enamorar a los usuarios y gracias a las nuevas tecnologías se puede entender mejor y más eficientemente las necesidades del mercado actual, en dado caso se pueden solucionar o satisfacer de manera ágil sin perder el interés del usuario.

El ecommerce también utiliza lo que es la inteligencia artificial para que los usuarios dentro del internet puedan llegar de manera rápida a las diferentes empresas u organizaciones que estén dispuestas a dar una experiencia gratificante en productos y servicios; desde que el mundo esté totalmente conectado existirá una continua red de información e innovación que nos lleva hacia un futuro lleno de herramientas eficaces para cumplir sueños y deseos de los clientes, y también si se desarrollan combinaciones de técnicas y recursos que potencialicen las empresas se llegaría a algo muy fundamental como lo es desde el comienzo la base de precios, plaza, producto y promoción para luego pasar a fortalecer las estrategias imprescindibles para salir al mercado y poder sostenerse en ese ambiente cambiante de gustos y modas, donde la competencia varia día a día.

3.1.3 Marco legal.

- Ley 115 de febrero 8 de 1994. Por la cual se expide la ley general de educación.
- Decreto 1075 de 2015 - Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector educación.
- Decreto 843 de 2020 - Por el cual se adiciona el capítulo 7 al título 3 de la parte 5 del libro 2 del decreto 1075 de 2015 - único reglamentario del sector educación.
- Decreto 466 de 2020 - Por el cual se modifica el decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con el fondo nacional de garantías s.a.
- Decreto 1330 del 2019 se evaluarán los resultados académicos de los estudiantes durante la carrera y después de graduados.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 20 de 36

- Ley 30 de diciembre 28 de 1992 por el cual se organiza el servicio público de la Educación Superior.
- El Consejo Académico de la Universidad EAFIT, establecimiento educativo reconocido como Universidad según Decreto No. 759 de mayo de 1971.

3.2 Desarrollo y logro de objetivos.

3.2.1 Conocimiento de la metodología que utiliza la universidad para atraer estudiantes semestralmente.

Actualmente la universidad Eafit cuenta con un personal idóneo y tecnología apta para apoyar el proceso profesional de los estudiantes del pregrado de mercadeo, a continuación, se expone la metodología que se usa para captar y atraer los posibles aspirantes al programa de Mercadeo.

- **Sesiones virtuales y presenciales**, dirigidas a todos los colegios públicos y privados del país de la base de datos que posee la universidad y algunos colegios buscan acercarse a la sede para realizar charlas y eventos en donde se da a conocer las diferentes carreras universitarias, guías psicorientadoras, requisitos para realizar procesos de ingreso, descuentos o bonificaciones para el pago del semestre. Las sesiones se pueden llevar a cabo en el aula inversa de la universidad con capacidad para mas de 100 personas y las virtuales se realizan por medio de herramientas de comunicación como Teams, Meet y Zoom, también depende si los colegios usan una herramienta destacada y los expositores de la universidad acceden a la que se les dicte. Adicional los procesos de ingreso a los programas de pregrado van con una serie de entrevistas para guiar de modo directo a los jóvenes que tienen un proyecto de vida planteado, en las siguientes imágenes se dan ejemplos de captación de estudiantes aspirantes al programa:

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 21 de 36

Figura 6: Evidencia de sesiones virtuales.



Invitación especial para estudiantes de 10°, 11° y 12°, Padres de Familia, Rectores, Psicorrientadores y Profesores de Instituciones Educativas y Colegios de Colombia.

» Septiembre 16 | Miércoles
8:00 a.m. a 7:00 p.m. | Navega por la experiencia.
Desde las 3:00 p.m. | Lives Pregrados en:
Administración,
Ingeniería,
Derecho.
5:00 p.m. | Charla especial para Psicorrientadores.

» Septiembre 17 | Jueves
8:00 a.m. a 7:00 p.m. | Navega por la experiencia.
10:00 p.m. | Charla especial para Rectores.
Desde las 3:00 p.m. | Lives Pregrados en:
Humanidades,
Economía y Finanzas,
Ciencias.

» Septiembre 18 | Viernes
8:00 a.m. a 7:00 p.m. | Navega por la experiencia.

» Septiembre 19 | Sábado
8:00 a.m. a 3:00 p.m. | Navega por la experiencia.
9:00 p.m. | Charla para Padres de Familia y Acudientes.
10:00 p.m. | Charla especial opciones de Financiación.
11:00 p.m. | Charla especial opciones de Becas.

Consulta la programación detallada y preinsíbete en:
WWW.EAFIT.EDU.CO/EXPERENCIAEAFIT

¡Conéctate!

+57 (300)7592611 - mercadeo@eafit.edu.co **Inspira Crea Transforma**

Fuente: Universidad Eafit.

Figura 7: Becas estudiantes nuevos.



UNIVERSIDAD EAFIT

BECA PARCIAL 30%
Para nuevos estudiantes

¡Cumple tus sueños!

Estudia:

- Ingeniería Matemática
- Ingeniería Física
- Ingeniería de Procesos
- Ingeniería de Producción
- Contaduría Pública
- Literatura

Aplica aquí

¡Queremos convertir tu pasión en profesión!

www.eafit.edu.co/becaeafit | 3007592611

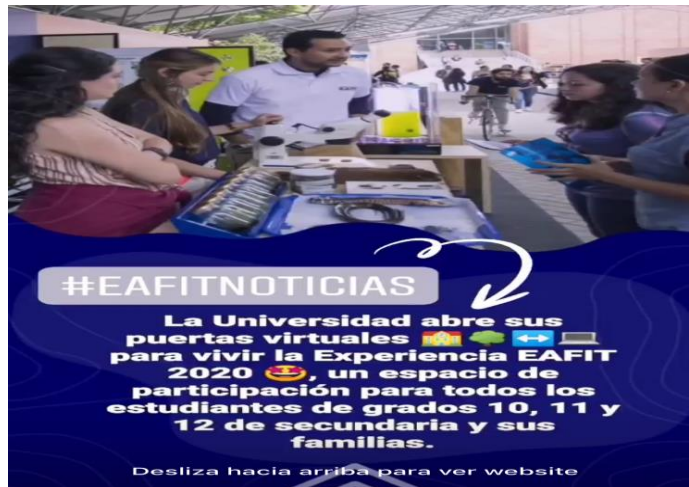
Inspira Crea Transforma Vigilada Mineducación Quiero compartir esto en: [f](#) [t](#) [in](#)

Fuente: Universidad Eafit.

- **Post en plataforma virtual**, se realiza por medio de la página principal de la universidad Eafit y a través de herramientas sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 22 de 36

Figura 8: Motivación regreso a clases.



Fuente: Universidad Eafit.

- **Nutrición de leads**, por medio de formularios que se envían vía mail y SMS. La idea es captar la máxima información posible de los gustos o inquietudes que tienen los diferentes estudiantes del país para lo cual la universidad busca mejoría contando con la profesionalización de los estándares de servicio y la continua actualización del sistema educativo colombiano. Ejemplo:

Figura 9: Formato de inscripción.

Fuente: Universidad Eafit.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 23 de 36

- **Eventos desde Mercadeo Institucional**, programados por las diferentes instituciones universitarias, tecnológicas y otras instituciones académicas del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, para cada uno de los pregrados donde se invita a los estudiantes próximos a graduar del bachillerato que hayan mostrado interés por los programas del EAFIT.
- **Telemercadeo**. A través de la oficina de mercadeo institucional se envían comunicados y propuestas a las diferentes instituciones educativas para la captación de estudiantes, por ello se realizan encuestas de interés profesional, videoconferencias y reuniones virtuales o presenciales.
- **Eventos a padres de familia**, de los interesados en estudiar en la universidad un programa de pregrado, en donde se dictan asesorías con psicólogos especializados en temas de formación profesional que actúan hacia el bienestar de un adecuado proyecto de vida.

Figura 10. Eventos psicosociales de identificación de perfil profesional.



Fuente: Universidad Eafit.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 24 de 36

- Eventos a psicólogos, docentes y rectores de todos los colegios públicos y privados del país para que conozcan la oferta académica y a su vez generen el voz a voz.
- La Universidad realiza el GMU (Grupo Medellín Universitaria) donde se realizan giras nacionales y locales.
- Ferias de becas, y financiación de semestre académico.
- Eventos como experimenta EAFIT (talleres prácticos), Experiencia EAFIT (feria de la u):

Figura 11. Evento feria Eafit.



UNIVERSIDAD EAFIT

Los sueños no paran. ¡Continuemos! Sigamos transformando juntos el mundo.

EAFIT a tu alcance 2021-1

Alternativas de financiación directa con EAFIT

CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	LARGO PLAZO
Financiación hasta del 80% de la matrícula	Financiación hasta del 80% de la matrícula	Financiación hasta del 90% de la matrícula
0% de interés	0.5% de interés en la época de estudio	1.2% de interés una vez se gradúes
Para estudiantes nuevos y activos	Para estudiantes activos	Para estudiantes nuevos y actuales

www.eafit.edu.co/financiacion [Conoce más aquí](#)

UNIVERSIDAD EAFIT

¿Estás en 10°, 11° o 12° y quieres cursar una materia de pregrado?

¡Es posible!

Si decides estudiar el pregrado de la materia que elegiste, esta será homologada. ¡Ánimate! Podrás saber si es la profesión que te apasiona, conocer la Universidad e ir un paso adelante.

¡La vivirás al 100%! Realizarás trabajos, exámenes, y demás competencias.

Inscríbete AQUÍ
desde el 11 de agosto hasta el 30 de noviembre

Para más información escríbenos al WhatsApp: 3007569269 o al correo: marketing@eafit.edu.co

Fuente: Universidad Eafit.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 25 de 36

- Programa de pasantías (los estudiantes de colegio cursan una materia de primer semestre y si ingresan al pregrado no la tienen que volver a ver ni pagar) tiene un valor mucho menor que pagar una materia normal.
- Aulas abiertas, es un programa donde los estudiantes completamente gratis ingresan un día a una clase de pregrado para conocer la metodología.
- Citas con jefes de pregrado, egresados, estudiantes o docentes del pregrado que el estudiante deseen.
- La universidad posee una propuesta en desarrollo y es que con los personeros de algunos colegios les ayudamos a cumplir con sus propuestas de campaña, se gestiona ponentes adecuados para las charlas y se ayuda a estructurar su plan.
- Capacitaciones de modelos ONU gratis para los estudiantes de 9°, 10°, 11° y 12° gratis.
- Cursos y charlas que son solo para estudiantes de colegio, ejemplo:

Figura 12. Charla proceso de inscripción.



Fuente: Universidad Eafit.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 26 de 36

- Charlas de orientación vocacional 3 veces al semestre en los auditorios de la universidad o por medio de herramientas de comunicación masiva.
- En vivos en Instagram de cada pregrado, con esta herramienta se genera conocimiento y se resuelven dudas al instante gracias a entrevistas por medio de la plataforma social o por medio de recorridos por las aulas y demás infraestructuras que posee la universidad para demostrar el potencial profesional que Eafit promete a sus estudiantes.

Todos los métodos que usa la universidad Eafit para atraer a estudiantes, jóvenes y adultos del país son basados en experiencias y modificaciones institucionales que busca la diferencia especial en el resto de las instituciones de educación superior del país, en donde el crecimiento y el fortalecimiento en aras del sector educación esta orientado a ser excelente.

3.2.2 Análisis de las herramientas o formas de comunicación que tiene la universidad actualmente para promocionar el programa de Mercadeo.

A partir de la metodología utilizada (punto anterior) se considera pertinente hacer énfasis en las herramientas y formas de comunicación usadas por Eafit para ofertar el programa de Mercadeo, las cuales se expresan a continuación:

- **Afiches:** Los afiches usados contienen textos interesantes que son de fácil lectura y poseen un lenguaje sencillo para que las jóvenes y adultos lo puedan entender, su uso expresa ideas frescas y también se usa la creatividad en un contexto alusivo a lo que se trata. la universidad Eafit usa diferentes afiches para atraer el público objetivo, ejemplo:

Figura 13: Afiche inscripciones pregrado.



Fuente: Universidad Eafit.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 27 de 36

- **Vallas:** El uso de las vallas publicitarias posibilita demostrar un mensaje de manera general a la sociedad ya que se usa a través de espacios públicos y también por medio en la virtualidad a través de la página oficial de la universidad, la idea principal es presentar ideas importantes que salen del equipo de trabajo oficial en aras de atraer la atención del público, pueden contener invitaciones a eventos masivos en los auditorios cerrados o abiertos, información de becas o descuentos en las matriculas y avisos de ingreso o registros a los diferentes programas profesionales, ejemplo:

Figura 14. Vallas publicitarias de eventos de la Universidad Eafit.



Fuente: Universidad Eafit.

- **Volantes:** esta herramienta se fundamenta en actividades de modo físico, ya que se enfoca en un contacto directo con el público objetivo a través de publicidad impresa, en la virtualidad se realiza en modo de post o imágenes dinámicas en donde la información contenida es general y no debe dejar espacios a dudas y se encuentra en la mayoría de las redes sociales de la institución.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 28 de 36

Figura 15. Volante evento Banco de la República.



UNIVERSIDAD EAFIT

Prepárate para el concurso del Banco de la República

EAFIT te acompaña en la preparación de tu ensayo entregándote herramientas para que lo desarrolles potenciando todas tus habilidades.

1 Taller de escritura para construcción de ensayos a cargo de CELEE
 Docente: Juan Julián Alzate
 Fecha: 27/10/20
 Hora: 4:00 p.m a 5:00 p.m.
 Virtual-via teams

2 Mercados financieros y decisiones de ahorro, inversión y financiación
 Docente: Raúl Cardona
 Fecha: 29/10/20
 Hora: 5:00 p.m a 6:00 p.m.
 Virtual-via teams

[Inscríbete AQUÍ](#) [Conoce más del concurso AQUÍ](#)

¡Te esperamos!

Inspira Crea Transforma Viglada Mineducación Quiero compartir esto en: [social media icons]

Fuente: Universidad Eafit.

- **Portafolio:** la universidad Eafit ofrece un amplio portafolio para realizar estudios en el exterior, para ello requiere de múltiples requisitos que se deben cumplir para poder optar esta posibilidad de ampliar los conocimientos. Este plus garantiza un mayor peso profesional para que los estudiantes conozcan el relacionamiento internacional a través de maestros, estudiantes, jefes y colaboradores. Adicional Eafit posee portafolios de procesos de ingreso al campus y a las diferentes carreras profesionales guiadas por psicólogos y docentes aptos con diferentes actividades virtuales y presenciales.
- **Publicación del pensum académico:** conociendo las diferentes necesidades que se deben satisfacer en el mundo laboral y profesional, la universidad Eafit ofrece un pensum completamente adecuado a el ser integral. Por ello las diferentes materias que se incluyen en el pregrado de mercadeo son claves para el proceso a futuro del estudiante, en estas se encuentran las materias obligatorias, materias complementarias, líneas de énfasis y núcleos de formación.

Basado en todo lo que posee la universidad para captar público y ser líder en formación profesional es útil seguir haciendo uso de las herramientas virtuales para poder llegar a ellos sin encontrar barreras que debiliten el direccionamiento de lo que ofrece hoy y a futuro la institución. Gracias a las diferentes ventajas que se poseen para difundir todo el contenido formativo de las carreras universitarias se logra llegar a una gran parte de la población que desea estudiar, es de aclarar que si bien se tiene muchas herramientas de comunicación también es necesario enfocarse más en las redes sociales, para que la mayoría de jóvenes interesados puedan encontrar un lugar

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 29 de 36

para satisfacer sus perfiles de desarrollo adecuado para cumplir su papel importante en la sociedad y completar su ser profesional.

3.2.3 Proceso estratégico para que los estudiantes de último grado de bachillerato aspiren a la universidad Eafit.

En aras de promover la educación en el municipio de Envigado, se diseñara una estrategia optima para apoyar el interés de los estudiantes de último grado de bachillerato de los estratos socio económicos altos, con el propósito de que accedan al pregrado del programa de Mercadeo en la Universidad Eafit, es por ello que para evitar una mayor deserción estudiantil originada por la emergencia económica y sanitaria Covid-19 a nivel de la mayoría de las naciones del mundo, se hará énfasis en la manera de mostrar las capacidades que posee el pregrado, considerado idóneo dada la infraestructura académica y la idoneidad de la planta docente para formar profesionales calificados y productivos a la sociedad en general. Lo anteriormente expuesto se representa de una forma dinámica y acompañada de las estrategias encaminadas a la percepción y captación de estudiantes que apliquen al programa:

- **Gestión de instrumento Encuestas**, por medio de preguntas guiadas a establecer el interés de los estudiantes por una carrera universitaria, de igual modo, conocer que tanto les atrae el mercadeo como perfil profesional para su vida, adicional contar con una critica guiada a mejorar los aspectos que tengan como interés acerca de la universidad.
- **Visitas virtuales y presenciales a instituciones educativas - Colegios**, el municipio de Envigado cuenta con instituciones de educación media y técnica vocacional y centros de formación estudiantil, gracias a ello puede considerarse que a futuro se cuenta con bachilleres formados y guiados hacia el saber y el conocimiento propio de la formación superior. La estrategia se prioriza en los colegios de estrato alto con perfiles asociados a temas administrativos, esto sin dejar a un lado que se tendrá atención a todas las instituciones, todo con el fin de establecer estrategias de ingreso al pregrado de la universidad. A continuación, se exponen las instituciones objeto de visitas:

Colegio Colombo Británico

NIT: 890.900.938-4

DANE: 305266000036

Personal Administrativo

LIC. VICTOR VLADIMIR ZAPATA VILLEGAS

Teléfonos: 3327799 - 3328037

Dirección: TR 31 SUR N.º 32 D - 02

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 30 de 36

Correo electrónico:

colombobritanico@ccbenv.edu.co

gloriahenao@ccbenv.edu.co

vladimirzapata@ccbenv.edu.co

becorrea@ccbenv.edu.co

Liceo Francisco Restrepo Molina

NIT: 800.105.459-0

DANE: 305266000095

Personal Administrativo

CARLOS MARIO GARCES CORREA

Teléfonos: 3328585 - 3324139 – 3327755 - 2705388 - 2702655 - Fax: 3315338

Dirección: CR 41 N.º 35 SUR - 70

Correo electrónico:

lfrmrector@une.net.co

lfrm@une.net.co

Unidad Educativa San Marcos

NIT: 811.044.880-6

DANE: 305266000052

Personal Administrativo

DIEGO MAURICIO LUJAN VILLEGAS

Teléfono: 2765444 – 2764441 - 3318209

Dirección: CL 31 A SUR 43 A - 92

Portería cerrada del Atrio: CR 43 A N.º 31 A SUR - 41

Correo electrónico:

lfescobarh@unesam.edu.co

secretaria@unesam.edu.co

Colegio de la presentación – Envigado

NIT: 890.905.843-6

DANE: 305266000508

Personal Administrativo

HNA. LILIANA MARÍA CARMONA MÚNERA

Teléfonos: 2760425 – 2761252 - Fax: 2768956

Dirección: CL 37 SUR N.º 43 A - 67

Correo electrónico:

lapresentacion@une.net.co

alexandrarboleda@gmail.com

luzarango2@hotmail.com

marisacadavid@hotmail.com

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 31 de 36

- **Rectorías o Directivos académicos**, considerados los líderes estratégicos de la construcción del sistema educativo. A partir de la concepción anterior se orienta la estrategia a la consolidación de reuniones y encuentros presenciales o virtuales para dar a conocer todo lo que el pregrado de mercadeo ofrece, para que se pueda abrir un espacio como conferencias en las cuales se explicara toda la oferta universitaria a los estudiantes. Es importante tener relaciones adecuadas con los líderes de las instituciones con el fin de solucionar dudas y de demostrar lo que la universidad Eafit tiene para el futuro de los jóvenes que desean perfilarse a su ser profesional.
- **Espacios universitarios**, gracias a la infraestructura que posee la universidad Eafit se podrá realizar reuniones y encuentros para que los estudiantes de ultimo grado de bachillerato puedan conocer el pregrado de mercadeo, adicional dar a conocer el laboratorio de mercadeo que incluye herramientas de última tecnología que analizan el día a día de los procesos administrativos de las empresas y grandes tiendas, para que puedan mejorar sus relaciones con los clientes y también su relación hacia un mejor servicio al cliente; estos temas se pueden realizar de manera virtual así lo amerite el momento, ya que las exposiciones del pregrado están diseñadas para realizarse de cualquier modo de necesitarse. Un ejemplo claro de ello puede considerarse en las siguientes figuras sobre espacios presenciales y herramienta virtual Teams para conversatorios a distancia:

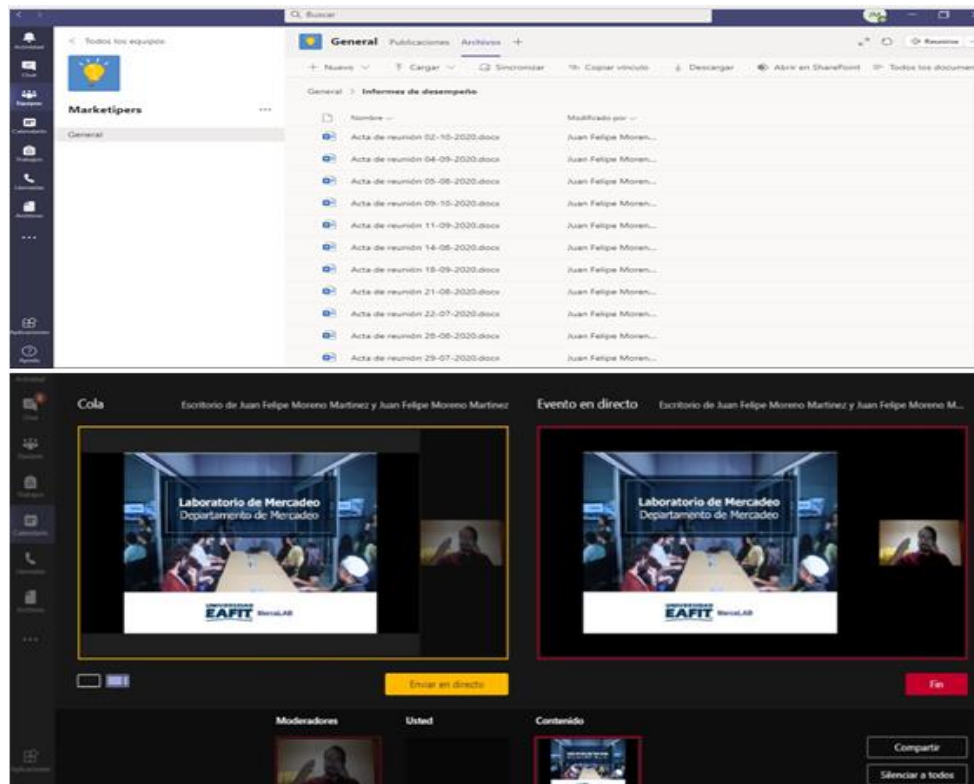
Figura 16. Auditorio Fundadores, Bloque 28.



Fuente: Universidad Eafit

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 32 de 36

Figura 17. Herramienta Microsoft Teams para reuniones a distancia.



Fuente: Microsoft Teams.

4. CONCLUSIONES

- Se entiende por educación como el proceso por el cual se cultiva con el tiempo diferente información para el crecimiento mental y espiritual, por ello es de vital importancia ser insistentes en la correcta formación académica de los jóvenes de la ciudad, siempre guiados a que ellos fortalezcan la sociedad y ayuden a ser mejores día a día. A través de las funciones desempeñadas en el Mercalab y en el pregrado de mercadeo, se aprecia el valor de contribuir a que la juventud encuentre en la educación superior un logro de vida.
- Las diferentes instituciones de educación en Envigado están enfocadas en la completa educación para los estudiantes y que ellos en aras de ser profesionales y útiles para el avance de la sociedad actual se motiven a estudiar mas adelante una carrera profesional que los alimente como seres humanos correctos, es aquí donde este plan de mejoramiento

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 33 de 36

colabora para guiar y explicar los beneficios de el pregrado en mercadeo en la universidad Eafit.

- Gracias al gran apoyo por parte de los colaboradores del área del pregrado de mercadeo y del laboratorio de mercadeo de la universidad Eafit, se puede concluir que los grandes avances que se lleven a cabo con el apoyo del plan de mejoramiento ayudaran en gran medida a evitar la deserción estudiantil por la que se esta pasando actualmente por motivos de una pandemia global, enfocándose en mejorar la vida profesional de los estudiantes y de explorar los grandes beneficios que posee la infraestructura eafitense.

5. RECOMENDACIONES

- Es recomendable tener en cuenta cómo evitar una mayor deserción académica por el tema de la pandemia global, por ello la implementación de este plan de mejoramiento ayudara en gran medida a evitar esa situación y de igual modo gestionara el conocimiento de los jóvenes estudiantes acerca de la infraestructura con la que cuenta la universidad Eafit y de la capacidad profesional con la que cuentan los docentes y colaboradores del pregrado en mercadeo.
- En muchas instituciones de educación superior se plantean ideas y estrategias para atraer a los jóvenes para que conozcan sus programas académicos y las herramientas con las que cuentan para formar profesionales aptos para contribuir en la sociedad, es por ello que este plan de mejoramiento fortalecerá en gran medida ese aspecto para guiar a los futuros estudiantes de manera adecuada.
- Se aconseja profundizar en como atraer de modo positivo a todos los jóvenes que deseen cursar una carrera profesional en la universidad Eafit, para lo cual en este texto pueden encontrar una clave esencial donde el ser profesional es lo más importante apoyado por el bienestar y la confianza con la que cuenta la institución.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 34 de 36

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://rieoei.org/historico/documentos/rie49a06.pdf>

<http://www.scielo.org.co/pdf/unph/v32n65/v32n65a09.pdf>

<https://www.mineducacion.gov.co/portal/Educacion-superior/Sistema-de-Educacion-Superior/231235:Sistema-Educativo-Colombiano>

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/1691/169149895003/html/index.html>

<https://www.larepublica.co/especiales/especial-cajas-de-compensacion/cuales-son-las-profesiones-con-mas-vacantes-de-empleo-2746241>

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11280/Marketing%20Digital%20y%20su%20Evoluci%C3%B3n%20en%20Colombia.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<https://www.guiaacademica.com/porque-estudiar/publicidad-y-mercadeo/126>

<https://www.eafit.edu.co/programas-academicos/pregrados/mercadeo/Paginas/inicio.aspx>

<https://rockcontent.com/es/blog/gestion-de-mercados/>

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10709/ART%C3%8DCULO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<https://www.grupoargos.com.mx/blog/capacitacion-y-formacion-continua>

Revistasum.umanizalez.edu.co: “La nueva era digital en la educación, Yilen Tobón Jaramillo, universidad de Manizales, facultad de ciencias e ingeniería”.

<https://www.eafit.edu.co/programas-academicos/pregrados/mercadeo/plan-estudios/Paginas/plan-estudios.aspx>

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 35 de 36

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>

https://www.cna.gov.co/1741/articles-186370_ley_3092.pdf

<https://www.eltiempo.com/vida/educacion/las-claves-del-nuevo-decreto-de-calidad-de-la-educacion-superior-393266>

https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-85906_archivo_pdf.pdf

<https://www.mineducacion.gov.co/portal/Normatividad/>

<https://www.cna.gov.co/1741/article-187279.html>

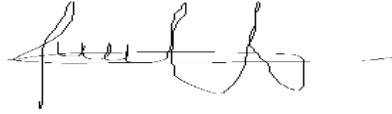
<https://www.eafit.edu.co/>

<https://entrenos.eafit.edu.co/gestion-administrativa/mercadeo/Paginas/inicio.aspx>

https://www.envigado.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=81&Itemid=121

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 36 de 36

Firma del estudiante:



Firma del asesor:



Firma del jefe en el Centro de Práctica:

