

FUNDACION UNIVERSITARIA  
JUAN N. CORPAS

<b>PROCESO</b>	GESTIÓN DE PROMOCIÓN INSTITUCIONAL
<b>OBJETIVO</b>	Asegurar el posicionamiento, la promoción, divulgación y comercialización de los diferentes programas y servicios ofrecidos por la Fundación Un información institucional a toda la comunidad Corpista por medio de diferentes estrategias de comunicaciones garantizando la difusión de las mis
<b>ALCANCE</b>	Comienza con la solicitud de un servicio al Departamento de Promoción Institucional (DPI) y termina con la entrega del resultado respectivo.

LIDERES						
DIRECTOR PROMOCIÓN INSTITUCIONAL						
ENTRADAS						
PROVEEDOR(ES)		INSUMO(S)	ACTIVIDADES CICLO PHVA			
INTERNO	EXTERNO					
Dirección y Planeación		Planeación Estrategica	PLANEAR	Interpretar el Plan Estratégico Institucional para tomarlo como base para el funcionamiento y desarrollo del proceso de GPI.	Institucional	
Dirección y Planeación Vicerrectoría Administrativa	MEN	Planeación Estrategica Metas Comerciales Registro Calificado		Identificar las necesidades de recursos físicos, tecnológicos, financieros y de talento humano, para el adecuado cumplimiento de las funciones asignadas al proceso de GPI.		
Registro Académico Dirección y Planeación Estudiantes Escuela de Medicina Escuela de Enfermería Escuela de Educación Escuela de Música Educación Permanente y Continuada	MEN DANE Salud Data SNIES Fuentes de Información externa	Caracterizaciones de Estudiantes Historicos de inscritos Planeación Estratégica Portafolio de Programas Informes de acreditación		Identificar las necesidades y tendencias del mercado por medio de los diferentes sistemas de información para realizar los diferentes planes para el posicionamiento de la marca y el cumplimiento de metas de aspirantes para cada uno de los programas académicos		
Todos los procesos	Medicor Fundación Clínica Juan N. Corpas Labfarve Clínica Juan N. Corpas	Solicitudes de Autorización de servicios (Mercadeo, Diseño, Comunicaciones, Publicidad, Atención al aspirante)		Identificar las diferentes solicitudes registradas en el sistema de gestión documental Kawak con el fin de ser tramitadas dentro del DPI		
Registro Académico Dirección y Planeación Estudiantes Escuela de Medicina Escuela de Enfermería Escuela de Educación Escuela de Música Educación Permanente y Continuada		Caracterizaciones de Estudiantes Historicos de inscritos Planeación Estratégica Portafolio de Programas Informes de acreditación		Investigar el mercado en el que se desenvuelve la FUJNC		
Jefatura de Mercadeo Departamento de Planeación Vicerrectoría Administrativa		Estrategia de posicionamiento ATL Estrategia de posicionamiento BTL Plan de Medios Lineamientos de Planeación		HACER	Diseñar e implementar el presupuesto de publicidad y promoción del DPI	
Jefatura de Mercadeo Departamento de Planeación Vicerrectoría Administrativa		Estrategia de posicionamiento ATL Estrategia de posicionamiento BTL Plan de Medios Lineamientos de Planeación			Desarrollar las diferentes campañas de publicidad y promoción del DPI	

FUNDACION UNIVERSITARIA  
JUAN N. CORPAS

Jefatura de Mercadeo		Campaña de Posicionamiento Campaña de Inscripciones y Matriculas		Generar piezas de comunicación escrita, audiovisual y de diseño gráfico
Aspirantes Jefatura Atención al Aspirante Jefatura de Diseño Jefatura de Comunicaciones	Agencia de Publicidad	Base de Datos de Aspirantes de todos los Programas Ayuda Ventas Piezas publicitarias		Realizar seguimiento y acompañamiento de los diferentes aspirantes mediante el CRM dispuesto para este fin
Registro Académico		Listado de Admitidos		Realizar el acompañamiento de los diferentes aspirantes en el proceso de Matricula
Todos los Procesos	Medicor Fundación Clínica Juan N. Corpas Labfarve Clínica Juan N. Corpas	Solicitudes de autorización de servicios		Realizar la actividad según los requerimientos realizados en la solicitud de autorización de servicios
Jefatura Atención al Aspirante		Metas Propuestas por programa	VERIFICAR	Supervisar el cumplimiento de las diferentes metas planteadas para cada programa en su respectivo periodo académico.
Jefaturas DPI		Indicadores Alimentados		Seguimiento a los indicadores definidos para cada procedimiento dentro del proceso de Gestión de Promoción Institucional.
Jefaturas Promoción Institucional	Medios publicitarios o agencias	Resultados de los indicadores Informes de Gestión		Generar y documentar los planes de mejoramiento requeridos para atender las oportunidades o riesgos identificados en el DPI.
Departamento de Calidad		Hallazgos de Auditoría Interna Observaciones No Conformidades Oportunidades de Mejora	ACTUAR	Aplicar y documentar oportunamente las acciones preventivas y correctivas necesarias.
Vicerrectoría Administrativa		Planes y oportunidades de mejoramiento		Socializar con todo el equipo de trabajo de DPI los planes y oportunidades de mejoramiento definidos para construir conocimiento colectivo que permita aumentar la calidad de los servicios provistos por DPI.

**RECURSOS****Financiero:** Presupuesto aprobado para el posicionamiento de marca y la promoción de los programas**Infraestructura:**  
Conexión de datos e internet  
oficinas con puestos de trabajo

oficina de

FUNDACION UNIVERSITARIA  
JUAN N. CORPASatención al  
aspirante  
corpista

tienda

**Tecnología:** CRM y herramienta de Gestión de proyectos**TRATAMIENTO SALIDAS NO CONFORMES**

<b>SALIDA NO CONFORME</b>	
Seguridad en diplomas.	Realizar un plan de trabajo que contribuya a la disminución del riesgo en
Errores gramaticales, error en la estructura de los programas, errores en la información registrada a los entes externos	Definir un procedimiento de control de calidad para las piezas, comunicacion institucionales.
Asesoría inadecuada de Atención al Aspirante con un usuario potencial	Hacer muestras y clinica de ventas
Generación de Piezas Graficas que no cumplen con las especificaciones del cliente tanto interno como externo.	Realizar una lista de chequeo a todos los entregables antes de que pasen

**DOCUMENTOS**

1. PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN A LA COMUNIDAD CORPISTA(GCM-PRO-12)
2. PROCEDIMIENTO DE PROSPECTACIÓN(GCM-PRO-11)
3. PROCEDIMIENTO SOLICITUD MATERIAL PARA EVENTOS INSTITUCIONALES(GCM-PRO-13)
4. PROCEDIMIENTO DE RELACION DE DATOS E INCENTIVOS PARA SOLICITUD DE PAGO DE COMISIONES(GCM-PRO-14)
5. MATRIZ DE COMUNICACIONES(GCM-INS-3)
6. LINEAMIENTOS PARA USO DE IMAGENES(GCM-POL-1)

**FORMATOS**

1. AUTORIZACIÓN DE USO DE DERECHOS DE IMAGEN SOBRE FOTOGRAFÍAS Y FIJACIONES AUDIOVISUALES (VIDEOS) Y DE PROPIEDAD INTELECTUAL OTORGADO A LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA JUAN
2. PRESENTACIÓN DIAPOSITIVAS INSTITUCIONALES(GCM-FOR-18)
3. FORMATO DE SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN DE SERVICIOS DE MERCADEO(GCM-FOR-22)
4. FORMATO DE SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑO GRÁFICO(GCM-FOR-21)
5. FORMATO DE SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES(GCM-FOR-23)
6. FORMATO DE SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN DE SERVICIOS DE ATENCIÓN AL ASPIRANTE(GCM-FOR-24)
7. FORMATO SOLICITUD DE MATERIAL PARA EVENTOS INSTITUCIONALES(GCM-FOR-25)
8. FORMATO DE AUTORIZACIÓN Y SOLICITUD DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD(GCM-FOR-27)
9. FORMATO DE COMISIONES(GCM-FOR-28)
10. AUTORIZACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES PLAN REFERIDOS DEPARTAMENTO PROMOCIÓN INSTITUCIONAL(GCM-FOR-30)
11. SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DE EVENTOS EN EL CALENDARIO INSTITUCIONAL(GCM-FOR-31)
12. FORMATO AUTORIZACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES Y CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN(GCM-FOR-32)

**INDICADORES**

1. Contactabilidad de leads conseguidos
2. Visibilidad Institucional en redes sociales principales
3. Leads calificados efectivos
4. Leads inscritos
5. Leads matriculados
6. Posicionamiento de la marca CORPAS
7. Rendimiento del presupuesto de promoción institucional

**RIESGOS**

1. Insostenibilidad financiera de programas
2. Insatisfacción de nuestros clientes (externos e internos) con los canales de comunicación de la FUJNC
3. Incumplimiento en las metas de posicionamiento de la imagen institucional
4. Insatisfacción de nuestros clientes (externos e internos) con los servicios provistos por el Departamento de Promoción Institucional

**REQUISITOS LEGALES****CONTROL DE CAMBIOS**

Versión	Fecha	
2	30/05/2024	LUIS HERNANDO NIÑO CHAPARRO

ELABORÓ	REVISÓ
DIRECTOR DEPARTAMENTO PROMOCIÓN INSTITUCIONAL Fecha de elaboración: 30/05/2024	JEFE DE CALIDAD COORDINADOR(A) DE CALIDAD ANALISTA PROFESIONAL DE CALIDAD Fecha de revisión: 30/05/2024

Este documento ha sido visto 20 veces

COPIA  
CONTROLADA