



## PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-01-V5  
Vigencia: 15/01/2015  
Pág. 1 de 1

|           |                       |                          |                      |
|-----------|-----------------------|--------------------------|----------------------|
| PROCESO:  | ADMISIONES Y MERCADEO | RESPONSABLE DEL PROCESO: | LORENA BARROS MORENO |
| VIGENCIA: | 2015                  |                          |                      |

### DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

| OBJETIVO  | OBJETIVO | META   | VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA  | NUMERO DE ENTREGABLES TOTAL | LISTADO DE ACTIVIDADES   | PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO  | RESPONSABLE DEL ENTREGABLE    | % CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO | PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO   | RESPONSABLE DEL ENTREGABLE    | % CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO |
|---|----------|--|---|-----------------------------|--|---|-------------------------------|--|---|-------------------------------|---|
| Implementar y consolidar un plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del instituto. | 40%      | Un (1) documento con Plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del instituto. | Plan de Mercadeo para la promoción de la oferta académica y de servicios del instituto. | 1                           | Identificar al estudiante o estudiantes que realizarán el estudio de mercado como parte de su proyecto de grado                                      |   |                               |  |   |                               |   |
|   |          |  |   |                             | Realizar un acompañamiento en el desarrollo del instrumento de estudio que debe tener un componente cuantitativo y otro cualitativo (grupos focales) | Actas de reunión y/o documento registro de asistencia del Jefe de Admisiones con grupo de investigación |                               |  |   |                               |   |
|   |          |  |   |                             | Realizar un acompañamiento en el análisis del estudio  | Actas de reunión y/o documento registro de asistencia del Jefe de Admisiones con grupo de investigación |                               |  |   |                               |   |
|   |          |  |   |                             | Presentar a los directivos y líderes de proceso los resultados obtenidos en el estudio   | Presentación Resultados del estudio ante directivos   | Jefe de Admisiones y Mercadeo | 25%                                      | Un documento que contiene Plan de Mercadeo para su aprobación por Rectoría  | Jefe de Admisiones y Mercadeo | 25%                                       |
|   |          | 9957 matriculas para el año 2015   | Número anual de matriculas académicas.  | 1                           | Número anual de matriculas académicas  |   |                               |  | Documento comparativo donde se muestre el 16% de incremento de matriculas en el año 2015 con respecto al año 2014 | Jefe de Admisiones y Mercadeo | 50%                                       |
| Diseñar e implementar el Contact Center ITSA para promoción de la oferta académica.                                 | 20%      | Contact Center ITSA diseñado e implementado.   | Contact Center ITSA diseñado e implementado.  | 1                           | Identificar el proveedor del Contact Center (plataforma)   | Presentación de cotizaciones  |                               |  |   |                               |   |
|   |          |  |   |                             | Hacer propuesta de modelo de Contact Center que incluya el perfil del personal   | Propuesta Modelo de Contact Center presentado ante rectoría para aprobación                             | Jefe de Admisiones y Mercadeo | 60%                                      |   |                               |   |
|   |          |  |   |                             | Gestionar la aprobación de la propuesta total del proyecto, incluyendo la plataforma necesaria para su implementación                                |   |                               |  | Contact Center ITSA diseñado e implementado.  | Jefe de Admisiones y Mercadeo | 40%                                       |



## PLAN DE ACCIÓN

FR-DER-01-V5  
Vigencia: 15/01/2015  
Pág. 1 de 1

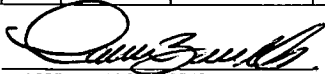
PROCESO: ADMISIONES Y MERCADEO RESPONSABLE DEL PROCESO: LORENA BARROS MORENO

VIGENCIA: 2015

### DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL

| OBJETIVO   | CATEGORÍA | META  | VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVO  | NÚMERO DE ENTREGABLES TOTAL | LISTADO DE ACTIVIDADES  | PRODUCTO ENTREGABLE PRIMER PERIODO  | RESPONSABLE DEL ENTREGABLE                                | CUMPLIMIENTO DE LA META PRIMER PERIODO | PRODUCTO ENTREGABLE SEGUNDO PERIODO                                      | RESPONSABLE DEL ENTREGABLE                                | % CUMPLIMIENTO DE LA META SEGUNDO PERIODO |
|--|-----------|---|---|-----------------------------|---|---|---|--|--|---|---|
| Aumentar los trámites o servicios en línea.  | 5%        | Un trámite o servicio en línea creado de acuerdo con los lineamientos exigidos por Gobierno en Línea (Implementar pago de servicios ITSA por PSE) | 1   | 2                           | Elaborar un instructivo para el servicio en línea PSE (considerar: lugar, plazo, normas y requisitos).  |   |   |  |  |   |   |
|  |           |   |   |                             | Publicar instructivo del trámite o servicio en línea.   | Instructivo para el trámite o servicio en línea realizado y publicado en el sitio web | Jefe de Admisiones y Mercadeo/ Coordinador Administrativo | 60%                                    |  | Jefe de Admisiones y Mercadeo/ Coordinador Administrativo | 40%                                       |
|  |           |   |   |                             | Implementar trámite o servicio en línea en el sitio web o Intranet de la institución.   |   |   |  | Trámite o servicio en línea implementado                                 | Jefe de Admisiones y Mercadeo/ Coordinador Administrativo |   |
| Cumplir con el ciclo de Auditorías internas programadas desde el SGC para los procesos de la Institución | 5%        | Cumplimiento del programa de Auditoría Interna del SGC  | 2   | 2                           | Ejecutar la auditoría interna programada por el SGC   | Listado de Asistencia Reunión de Cierre de auditoría Interna I Ciclo                  | Jefe de Admisiones y Mercadeo                             | 50%                                    | Listado de Asistencia Reunión de Cierre de auditoría Interna II Ciclo    | Jefe de Admisiones y Mercadeo                             | 50%                                       |
| Posicionar y fortalecer la imagen institucional.   | 30%       | Un (1) Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional.   | Un (1) Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional. | 1                           | Realizar sesiones de naming para definir el nuevo nombre de la institución de acuerdo al cambio de carácter a institución universitaria                       |   |   |  |  |   |   |
|  |           |   |   |                             | Gestionar la contratación de la persona o empresa que encargará del diseño de la nueva imagen de la institución, una vez aprobado el nombre de la institución |   |   |  |  |   |   |
|  |           |   |   |                             | Presentar propuesta de estructura para fortalecimiento del área de mercadeo   | Propuesta de estructura fortalecimiento área de mercadeo para su aprobación           | Jefe de Admisiones y Mercadeo                             | 60%                                    | Manual de Identidad Corporativa de la nueva imagen presentado a Rectoría | Jefe de Admisiones y Mercadeo                             | 40%                                       |
|  |           |   |   |                             | Desarrollar la nueva imagen de la institución. Presentar alternativas   |   |   |  |  |   |   |
|  |           |   |   |                             | Gestionar la aprobación de la nueva imagen.   |   |   |  |  |   |   |

Formulado por:

  
LORENA BARROS MORENO  
Responsable del Proceso

Aprobado por:

  
EMILIO ARMANDO ZAPATA  
Rector