



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:	2016		

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	25%	Implementación de las estrategias o actividades contenidas en el plan de mercadeo	Cumplimiento de actividades programadas para el primer semestre	1	Documentar las evidencias de las actividades realizadas						
					Elaborar un documento con los avances en la implementación del Plan de Mercadeo	Informe con porcentaje avances de las actividades implementadas a primer semestre	Jefe de Admisiones y Mercadeo	30%	Informe con porcentaje de avances de las actividades implementadas en el segundo semestre	Jefe de Admisiones y Mercadeo	40%
					Participar en la construcción de la estrategia para lograr una mejor convivencia entre los estudiantes de articulación, regulares y proyectos especiales						
		11948 matriculas para el año 2016	Número anual de matriculas académicas	1	Número anual de matriculas académicas				Documento comparativo donde se muestre incremento de matriculas en el año 2015 con respecto al año 2016		30%
Diseñar e implementar campañas para el Contact Center para promoción de la oferta académica	25%	Un (1) Plan de Campañas para Contact Center	Un (1) Plan de Campañas para Contact Center	2	Reunión con unidades de servicio educativo para identificación de necesidades (campañas)						
					Diseño de plan de campañas para contact	Plan de Campañas de Contact Center para el Instituto	Jefe de Admisiones y Mercadeo	30%	Informe de las campañas implementadas en el Contact Center	Jefe de Admisiones y Mercadeo	40%
					Diseño de protocolos de atención para Agentes del Contact Center	Documento que contiene los Protocolos de atención		30%			



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:	2016		

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
Promocionar la gestión del instituto a través de la emisora, generando un vinculo con agentes internos y externos en temas de su interés (académico, cultural, rendición de cuentas, entre otros)	20%	Un plan para el fortalecimiento de la emisora	Plan para el fortalecimiento de la emisora	2	Elaboración del Plan para aprobación por Rectoría	Plan aprobado por Rectoría	Jefe de Admisiones y Mercadeo	60%	Informe de la implementación del Plan de Fortalecimiento de la Emisora	Jefe de Admisiones y Mercadeo	40%
Posicionar y fortalecer la imagen institucional	30%	Un (1) Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	Plan para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional	6	Diseñar un Plan de Medios para el posicionamiento de la marca, incluyendo el proceso de Re-Acreditación	Plan de Medios para aprobación por Rectoría	Jefe de Admisiones y Mercadeo	20%	Informe de la implementación del Plan de Medios	Jefe de Admisiones y Mercadeo	40%
					Diseñar y cotizar el re-branding de las piezas institucionales (Señalética, material merchandising, papelería, piezas a gran formato)	Presentar diseños y cotizaciones		10%			
					Organización de eventos de lanzamiento interno y/o externo de la nueva marca	Evidencia fotografica de los eventos realizados		10%			
					Gestionar la realización de un jingle para la nueva marca	Presentar cotizaciones para su aprobación por Rectoría		10%			
					Gestionar la producción de un video institucional y videoclips	Presentar cotizaciones para su aprobación por Rectoría		10%			

Formulado por:

LORENA BARROS MORENO
 Responsable del Proceso

Aprobado por:

EMILIO ARMANDO ZAPATA
 Rector



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	2016		

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD

OBJETIVO	% OBJETIVO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	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
Gestionar y apoyar el proceso de Autoevaluación con fines de Acreditación de Alta Calidad de los programas de ITSA que cumplan con los requisitos exigidos por el Consejo Nacional de Acreditación - CNA	30%	Identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de Reacreditación	Documento "Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación"	1	Diligenciamiento de Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación	Documento "Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación"	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%			
					Envío de documento con soportes adjuntos	Cumplimiento con la entrega del Documento "Plantilla de identificación del estado de las fortalezas de los programas académicos en proceso de re acreditación" (Fecha máxima: 10 de marzo de 2016)		50%			
	20%	Presentación de informes parciales de autoevaluación por factor y/o característica de cada uno de los programas a acreditar y a los que se les renovará la acreditación	Informes parciales de autoevaluación por factor y o característica de cada uno de los programas a acreditar y a los que se les renovará la acreditación	7	Elaboración de los informes parciales de autoevaluación por factor y/o característica de cada uno de los programas a acreditar y a los que se les renovará la acreditación	Siete (7) Informes parciales de autoevaluación por factor y/o característica de cada uno de los programas a acreditar y a los que se les renovará la acreditación	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%			
					Envío de informes a la Unidad de Aseguramiento de la Calidad	Cumplimiento con la entrega de los siete (7) informes parciales (Fecha máxima: 10 de mayo de 2016)		50%			
Cumplir con los requisitos establecidos dentro del Sistema de Gestión de Calidad bajo los lineamientos de las normas NTCGP 1000:2009 E ISO 9001:2008 en todos los procesos institucionales	30%	Cumplimiento de Ciclos de Auditoría Interna del SGC del proceso GPA	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoría Interna del SGC del proceso GPA	2	Coordinar con Auditor Líder Plan de Auditoría Interna del SGC al proceso	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoría Interna del SGC del proceso GPA Ciclo I	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	Listado de Asistencia de Desarrollo de Auditoría Interna del SGC del proceso GPA Ciclo II	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%



PLAN DE ACCIÓN

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

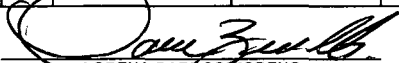
PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
----------	-----------------------	--------------------------	----------------------

VIGENCIA 2016

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD

OBJETIVO	% OBJETIVO	META	VALOR DEL INDICADOR CUANTITATIVA	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
Diseñar una estrategia para mejorar el servicio de atención en Admisiones	20%	Estrategia para mejorar el servicio de atención en Admisiones	Estrategia para mejorar el servicio de atención en Admisiones	2	Presentación de la estrategia a rectoría y unidades involucradas	Presentación de la estrategia a rectoría y unidades involucradas	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	Informe de la implementación de la estrategia	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%

Formulado por:


LORENA BARROS MORENO
 Responsable del Proceso

Aprobado por:


EMILIO ARMANDO ZARATA
 Rector



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: 2016

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

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
Dar cumplimiento a los lineamientos, actividades y estrategias en el marco de la Ley de Transparencia, el Índice de Transparencia Nacional y la Política de Transparencia Institucional	20%	Contar con un inventario de la información del proceso que requiere mantenerse actualizado en el sitio web	Documento con inventario de la información del proceso que requiere mantenerse actualizado en la página web Institucional	1	Identificar y caracterizar la información del proceso Realizar el inventario de información que está bajo la responsabilidad del proceso, el cual permita tener una descripción de la información publicada, el tipo de documento, duración, permanencia y la descripción de la ubicación en el sitio web institucional	Documento con el inventario de la información del proceso Cumplimiento con el documento (Fecha máxima: 29 de febrero de 2016)	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	50% 50%			
	25%	Inventario de información institucional actualizado	Inventario actualizado	2	Mantener actualizada la información publicada en el sitio web, así como el documento con el inventario de información institucional	Documento actualizado con el inventario de información para el periodo 2016 - 1	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	50%	Documento actualizado con el inventario de información para el periodo 2016 - 2	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	50%
	25%	Información misional educativa en el sitio web actualizada	Información actualizada en el sitio web	1	Mantener actualizado en el sitio web la información publicada referente los criterios para la asignación de las becas, subsidios y créditos educativos.	Información publicada en el sitio web referente los criterios para la asignación de las becas, subsidios y créditos educativos.	Profesional Universitario responsable de Diseño Gráfico	100%			
	10%	Propiciar espacios en el sitio web para la manifestación de información general de servicio al ciudadano	Espacios habilitados	2	Construir y publicar encuestas y foros en la página web institucional dirigidos a la comunidad en general	Una (1) encuesta de opinión publicada en el sitio web	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%	Un (1) foro de discusión publicado en el sitio web	Jefe de Admisiones y Mercadeo	50%




PLAN DE ACCIÓN

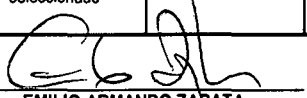
FR-DER-01-V5
Vigencia: 15/01/2015
Pág. 1 de 1

PROCESO:	ADMISIONES Y MERCADEO	RESPONSABLE DEL PROCESO:	LORENA BARROS MORENO
VIGENCIA	2016		

DIMENSIONES ESTRATÉGICAS: DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN

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
Cumplir con los lineamientos del Programa de Gobierno en Línea aplicables al proceso de Admisiones y Mercadeo	20%	Optimización de trámites o servicios, evaluando la satisfacción de los usuarios	1	4	Identificar los trámites o servicios que requieren mejorarse, para optimizar el servicio, la interoperabilidad de información pública y los procedimientos administrativos	Un (1) informe medición de satisfacción del usuario en relación a un (1) trámite o servicio asociado al proceso, correspondiente al periodo 2016 – I	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%	Un (1) informe medición de satisfacción del usuario en relación a un (1) trámite o servicio asociado al proceso, correspondiente al periodo 2016 –II	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%
						Documento con plan de trabajo para mejorar la satisfacción del ciudadano frente al trámite o servicio seleccionado	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%	Informe de cumplimiento del plan de trabajo establecido para mejorar la satisfacción del ciudadano frente al trámite o servicio seleccionado	Jefe de Admisiones y Mercadeo	25%

Formulado por: 
LORENA BARROS MORENO
 Responsable del Proceso

Aprobado por: 
EMILIO ARMANDO ZAPATA
 Rector