

“DISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA PROMOCIÓN DEL
CURSO PREICFES EN LA UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN
Y DESARROLLO – UDI ”

IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO
MODALIDAD PASANTÍA

ASESOR DEL PROYECTO
Mg. JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA
C.S. - Organizacional

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
OFICINA DE COMUNICACIONES -UDI
BUCARAMANGA

2009

“DISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA PROMOCIÓN DEL
CURSO PREICFES EN LA UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN
Y DESARROLLO – UDI ”

IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO
MODALIDAD PASANTÍA

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de
Comunicadora Social- Periodista

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
BUCARAMANGA

2009

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Julio 2009

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	10
JUSTIFICACIÓN.....	14
1. MARCO CONTEXTUAL	16
1.1 HISTORIA DE LA UDI	16
1.2 MISIÓN	19
1.3 VISIÓN.....	19
1.4 RÉGIMEN ORGANIZACIONAL	20
1.4.1 Personas Con Autoridad.....	20
1.4.2 Propósitos de la Estructura Organizacional. (Figura 1.).....	20
1.5 OFICINA DE COMUNICACIONES	21
1.5.1 Organigrama De La Oficina De Comunicaciones	21
1.5.2 Mapa De Procesos De La Oficina De Comunicaciones.....	21
1.5.3 Misión	21
1.5.4 Visión	22
1.5.5 Política.	22
1.5.6 Objetivos de Mercado	22
2. REFERENTE CONCEPTUAL.....	23
2.1 MERCADEO ESTRATEGICO	32
2.1.1 El Mercadeo Estratégico,.....	32
2.2 MARKETING DE SERVICIOS EDUCATIVOS.....	36
3. OBJETIVOS.....	38
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	38
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	38
4. METODOLOGÍA	39
5. INFORME	
CENTRAL.....	411
6. PRESUPUESTO.....	47
6.1 RECURSO HUMANO.....	47
6.2 RECURSOS ECONÓMICOS.....	48
6.3 RECURSOS TÉCNICOS	48
CONCLUSIONES	50
RECOMENDACIONES	52
BIBLIOGRAFÍA.....	56
ANEXOS.....	59

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo 1. Carta entregada a los Colegios	60
Anexo 2. Reporte de visitas vacaciones	61
Anexo 3. Total de inscritos en las Carreras	62
Anexo 4. Cronograma de visitas a los colegios	63
Anexo 5. Formato colegios	71
Anexo 6. Volante Colegios 10º y 11º	72
Anexo 7. Diseño volantes nuevos 10º y 11º	76
Anexo 8. Memo Skanline	80
Anexo 9. Directorio Colegios	81
Anexo 10. Pensum en Tecnología de Archivo	97
Anexo 11. Plegable Institucional	98
Anexo 12. Volante azul	100
Anexo 13. Estrategias del Plan de Comunicación	101
Anexo 14. Recibido de cartas a los colegios	102
Anexo 15. Carta a la Secretaría de Salud	103
Anexo 16. Carta a Niños de Papel	105
Anexo 17. Carta recibido Goretti	107
Anexo 18. Memo traslado a la Oficina egresados.	108
Anexo 19. Telemercadeo para el evento de egresados.	109
Anexo 20. Telemercadeo actualización base de datos egresados	110
Anexo 21. Carta al Rector	111
Anexo 22. Carta Comunidad UDI	112
Anexo 23. Carta Equipo de Comunicaciones	113
Anexo 24. Directorio Colegios actualizada	114
Anexo 25. Datos Colegio Actualizada	116
Anexo 26. Empresas para archivo	118
Anexo 27. Visitas Empresas	119
Anexo 28. Nuevas Empresas para Tecnología de Archivo	127
Anexo 29. Reporte Visitas Vacaciones	128
Anexo 30. Telemercadeo, Base datos electrónica	129
Anexo 31. Cartas Nuevas a Colegios	130
Anexo 32. Lista de Interesados en Preicfes intensivo	131
Anexo 33. Cartas Enviadas a New Francis y Colegio Las Américas	135
Anexo 34. Telemercadeo Colegios	136
Anexo 35. Total Inscritos Preicfes	137
Anexo 36. Cronograma de Actividades	139

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Estructura Organizacional	140
Figura 2. Organigrama de la Oficina de Comunicaciones	141
Figura 3. Mapa de Procesos de la Oficina de Comunicaciones	142
Figura 4. Triángulo	143

DISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA PROMOCIÓN DEL CURSO PREICFES EN LA UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO – UDI

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: “DISEÑO DEL PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA PROMOCIÓN DEL CURSO PREICFES EN LA UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO – UDI

AUTOR(ES): IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO

FACULTAD: FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR(A): Mg. JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA

RESUMEN

La comunicación y sus diferentes estrategias a la hora de vender un producto y/o servicio contribuyen a que la organización tenga a la mano un plan estratégico seguro, que le proporcione menos gastos, más asertividad en la escogencia del público y menos margen de error en los resultados esperados, para que de esta manera su promoción, difusión, distribución y venta se logren compenetrar para producir mejores resultados.

El fin de crear un diseño para la promoción del curso PREICFES en al UDI, es poder establecer un esquema que permita identificar: el producto o servicio que se quiere promocionar, el público al que se pretende llegar, la forma de hacer una buena promoción, la vía de distribución, en qué medios etc. Estrategias que de alguna u otra condición inciden en una determinación segura, sobre el producto y la forma de captar clientes.

Logrando así que se puedan crear estrategias encaminadas a la buena distribución, promoción y venta del producto o servicio, creando tareas y metas medibles a corto plazo, con el propósito de que estas sean cumplidas a cabalidad y con resultados satisfactorios.

A su vez contribuye a que la Oficina de Comunicaciones pueda tener una estadística de la forma en que se dieron los resultados, teniendo en cuenta la terminación del tiempo que se estipuló para desarrollar las estrategias, así mismo para saber y conocer sus debilidades, fuerzas, fortalezas y el tiempo en que se puede realizar las tareas, para lograr las metas.

Un buen plan de comunicaciones permite abrir puertas con los demás, llámese proveedores, público interno y/o externo, clientes etc. A su vez contribuye a que la organización perciba en qué se está fallando y poder corroborar esa falencia para lograr mejorar en proyectos futuros.

PALABRAS CLAVES: Organización, Público, Relaciones Públicas RRPP, Marketing, Target Group, Mercadeo Estratégico, Medios Masivos de Comunicación.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

TITLE: DESIGN OF THE COMMUNICATION PLAN FOR THE PREICFES COURSE PROMOTION AT UNIVERSITARIA DE INVESTIGACION Y DESARROLLO –UDI.

AUTHOR (S): IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO

FACULTY: FACULTY OF SOCIAL COMMUNICATION

DIRECTOR (A): Mg. JAIME ENRIQUE ESPINOSA PALLARES

ABSTRACT

Communication and their different strategies at the moment to sale a product or a service contributes that the organization has a secure strategic plan, providing less costs, more assertive in choosing people and less error margin in expected results, because in this way its promotion, dissemination, distribution and sales are achieved committed to produce best results.

The objective of this design for the PREICFES course promotion at the UDI, is to establish a scheme that allows to identify: the promoted product or service, target public, the way to how to make a good promotion, the distribution way, etc. Strategies that somehow or other condition affect a secure identification, about the product and how to attract customers.

In this way it can creates strategies for the good distribution, promotion and sale of the product or service, creating measurable goals and tasks in the short term, so that represents satisfactory results.

It contributes to the Communications Office has a statistic about how obtained the results, about the completion of the stipulated time to develop strategies, and also to know and understand their weaknesses, strengths and the time in which can perform tasks to achieve the goals.

A good communications plan permits to open doors to others, for example providers, internal and / or external public, clients etc. It contributes to the perception of the organization about what is wrong and it can confirm that failure to achieve improvement in future projects.

KEY WORDS: Organization, Public Relations RRPP, Marketing, Target Group, Strategic Marketing, Mass Media Communication.

INTRODUCCIÓN

El mundo de la educación ha tenido grandes acontecimientos científicos, tecnológicos, históricos, en fin cada vez se evoluciona más y se adquieren nuevos conocimientos. Con el avance de la tecnología han sido muchas las herramientas que se emplean para la comodidad de las personas. El hombre con su capacidad de creatividad contribuye en cierta medida a que la forma de adquirir conocimientos y/o estudiar sea más fácil y brinde más capacidad, economía y facilidad al individuo.

La educación es de vital importancia para el ser humano, ya que es una de las bases para construir persona y sociedad; por medio de ella el hombre adquiere destrezas, habilidades y competencias, con las cuales tendrá toda la capacidad de enfrentarse a los retos del día a día y a los desafíos que se presentan con los adelantos tecnológicos y científicos, de manera que pueda entrar en el mundo de la competencia profesional.

El ser humano siempre va adquiriendo nuevas experiencias y saberes, los cuales lo hacen ser más competitivo y exigente en cuanto al reto de enfrentarse a la vida. Desde que es un niño los padres lo orientan e incitan a realizar sus estudios, a través de los cuales podrá enfrentarse al mundo que lo rodea y poder competir con los demás, iniciando de esta forma con la educación básica (primaria), siguen con la educación media (secundaria), luego la educación superior (universitaria), prolongándose a la educación continuada que es aquella donde los profesionales desean hacer diplomados, especializaciones, magister etc. con el fin de hacer énfasis en la carrera que decidieron estudiar y poder saber más a cerca de lo que se han preparado para su vida profesional.

Debido a esta situación los establecimientos educativos llámese, escuelas, colegios, universidades, corporaciones tecnológicas, institutos, universitarias etc. ha venido creciendo su demanda a nivel mundial, nacional, departamental,

municipal, en fin. Pues las personas cada vez desean aprender más y ser mejores.

Es por ello que los servicios educativos, han venido creciendo, debido a la gran demanda de estudiantes, ya que en la actualidad se hace necesario tener como mínimo una tecnología, lo que incita a crear más lugares para la educación, que se exija cada vez más en cuanto a calidad en el servicio y el producto, pues cada vez el mercado educativo se hace más competitivo, provocando que las diferentes entidades donde se prestan servicios educativos, estén en constante avance tecnológico, científico y de conocimientos, e incorporen a su estrategia de ventas un plan de comunicaciones, el cual contiene los siguientes puntos: cómo conquistar al cliente, las relaciones públicas RRPP, publicidad, el marketing, el mercadeo educativo, temas que sumados o tenidos en cuenta son de gran importancia a la hora de conquistar el público objeto, y clave en el éxito o fracaso del producto o servicio y por ende de la propia empresa.

Con la facilidad y competencia que existe hoy día para que los jóvenes puedan estudiar, hace que los estamentos educativos replanteen su estrategia de relaciones públicas y mercadeo, pues deben contar con el mejor equipo de trabajo para poder ofrecer calidad, rentabilidad y asegurar la obtención de resultados positivos en el público objeto y/o cliente.

La educación cada día exige por parte de sus dirigentes estar a la vanguardia de nuevos programas académicos; lo que incide en la promoción de sus servicios educativos, saber a qué tipo de público se va a llegar, para poder crear nuevas y novedosas estrategias de mercadeo y poder conquistar el cliente deseado, para la acogida y preferencia del mismo.

La demanda de nuevas entidades educativas, induce a que cada vez las instituciones replanteen su estrategia de venta, que con un buen diseño del plan de comunicaciones la empresa o estamento educativo, de herramientas al cliente para que se facilite el acceso al estudio desde la financiación del mismo, el poder

crear herramientas y la facilidad que le llegue a la persona que se encuentre interesada en salir adelante, de manera que las personas que deseen estudiar lo puedan hacer sin importar o sin que sea un inconveniente su estrato socioeconómico o la lejanía de las instituciones donde desee capacitarse, que conozcan el producto o servicio, que su difusión llegue a la masa, para que así se persuada al público y tenga la intención aunque sea de conocerlo etc.

Por ello es significativo implementar el plan de comunicaciones, ya que se puede evaluar y replantear lo concerniente con el producto y el cliente, de manera que se analice el público al que se pretende llegar y así modificar los costos, conocer las características del cliente, qué tipos de programas se van a ofrecer, y clave cómo se va a ofrecer, qué tipo de estrategia se implementará, de manera que llegue al público objeto.

Con el propósito de dar una orientación a la demanda del curso PREICFES en la Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI, donde se ofrece servicios educativos como: los diferentes programas universitarios entre carreras profesionales y tecnologías presenciales y a distancia, programa para estudiantes de grados 10 y 11 que es el curso PREICFES, etc. Se planteó la posibilidad de diseñar un plan de comunicaciones, sobre el cual se desarrolló la pasantía. El objetivo de la misma fue brindar todo el apoyo en cuanto a conocimientos y gestión en la parte de difusión, promoción, divulgación y demanda de los cursos PREICFES.

Para ello se creó una serie de estrategias basadas en un plan de comunicaciones y encaminadas a la evaluación del target group, la promoción, difusión, venta y captación de clientes; así mismo poder abrir las puertas en otras entidades con el fin de llegar a más personas y poder establecer contacto con entidades que representen un puente de comunicación y de amistad como lo fue en el caso de la Fundación Niños de Papel y la Secretaria de Educación, entidades que se encuentran muy vinculadas con la población menos favorecida y que es la de

mayor número de personas vinculadas a los planes de apoyo y subsidio que da el gobierno para estudio.

JUSTIFICACIÓN

En las organizaciones, los planes o habilidades que se entretajan, basados en la comunicación y las actividades que se derivan de ella, son de vital importancia y de mucha determinación a la hora de crear estrategias, con el fin de lograr que la organización se posicione, logre ofrecer su producto y/o servicio, la captación del cliente, que es el objetivo de toda empresa u organización, tener una buena difusión de la promoción del producto y/o servicio, a su vez que este sea de calidad que es lo que el cliente evalúa.

Toda empresa u organización, basado en la información que se tenga en cuanto a su fin o propósito, desarrolla o gestiona tareas encaminadas a la promoción de su servicio o producto. Un plan de comunicaciones contribuye a un buen desempeño de las tareas y actividades orientadas a la consecución de metas claras y de los objetivos esperados.

El plan de comunicaciones que se desarrolló en la UDI, una institución de educación superior, cuyo fin es la demanda de los diferentes programas académicos; que la imagen se encuentre bien posicionada en la sociedad y que sea una de las universitarias con mayor demanda en Santander; estuvo encaminado al beneficio de aterrizar las tareas, de tener objetivos claros y de alcanzar metas definidas y medibles a corto plazo, en cuanto a la demanda y promoción de los servicios que se ofrecen allí, especialmente el curso PREICFES.

Con el diseño del plan de comunicaciones se estableció una serie de estrategias encaminadas a definir qué se quería promocionar, seleccionar el target, conocer a qué lugares o tipos de clientes se deberían visitar, cómo hacer promoción del curso PREICFES, por medio de una pauta publicitaria, pues esta llega a la masa; saber qué le gusta al público que se va a cautivar, establecer la manera en que se distribuya la promoción y publicidad del curso PREICFES.

De esta manera se obtuvo la información necesaria para poder establecer las tareas a desarrollar en tiempos estipulados, con el fin de poder evaluar las ventajas y desventajas obtenidas, saber en qué tiempo se puede desarrollar dichas actividades y como llevarlas a feliz término.

La Comunicación Organizacional, es importante en toda empresa u organización, ya que desde allí se desprende un sin número de posibilidades y estrategias para sacar adelante la empresa y hacer que los objetivos vayan encaminados al éxito de la misma. Igualmente eliminar el margen de error en cuanto a la obtención de resultados positivos.

Desde la Comunicación Organizacional, se puede trabajar en varios énfasis como: la publicidad, el marketing, la comunicación, las Relaciones Públicas RR.PP., el mercadeo, etc. Pues el comunicador organizacional está en capacidad de atender estos ítems que se requieren en una empresa u organización.

Combinando dichos conceptos y llevándolos a la práctica, se podrá ejecutar un plan de estrategias de comunicación, encaminadas al fortalecimiento del logro de los objetivos, para este caso la consecución de realizar un cronograma con miras al alcance de los objetivos previstos y planteados como lo es la divulgación, promoción y demanda de los diferentes programas académicos que ofrece la UDI, como es el caso del curso PREICFES, y por consiguiente la captación del cliente.

Para dicho fin, fue necesario establecer el plan de comunicaciones, con miras a evaluar el potencial que se tiene en la UDI, las fortalezas de la competencia, y de qué manera se puede penetrar ante el público objeto, con el fin de que prefieran hacer el curso PREICFES en la UDI y no escojan a la competencia.

1. MARCO CONTEXTUAL

Con el pasar de los años todo va teniendo un cambio, una transformación; especialmente si hablamos de tecnología, esto ha provocado que el ser humano esté a la vanguardia de dichos avances tecnológicos, que van muy de la mano con la comunicación que es el medio por el cual el ser humano interactúa con los demás seres.

A continuación se expondrá la reseña histórica de la UDI, cabe la pena señalar que en 1982 se llamaba Centro Superior de Sistemas, nombre con el que inició; seguidamente en el año de 1993 pasó a llamarse Corporación Tecnológica Centro Sistemas y finalmente en el año 2001 le adjudican el nombre de Corporación Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI, nombre con el cual se conoce hoy día.

1.1 HISTORIA DE LA UDI¹

“En la época de 1982 se empezaba a sentir en el país y en la región, la necesidad de llevar a cabo un proceso de reestructuración industrial y de cambio tecnológico, como paso previo al obligatorio ingreso a un mundo globalizado, de otra parte, los avances en la informática y el gran auge de su aplicación en las empresas, conllevó a la demanda de personal capacitado en ésta área.

Su crecimiento y desarrollo institucional conllevan a la construcción de los Edificios: Jorge Luís Borges (1995), inauguración de la planta física, sede de Barrancabermeja (1996), Enrico Fermi (1997), Simón Bolívar (1998), David Consuegra (2003), y el de Investigaciones (2005) en la sede de Bucaramanga.

¹ Documento en línea consultado el 24 de noviembre de 2008 en:
<http://www.udi.edu.co/paginas/institucional/index.htm>

Sus sedes recreativas para los programas de Bienestar Universitario nacen en el año 1999 y 2000, respectivamente, denominándolas `Umbral del Sol`, ubicado en la Mesa de los Santos, cuenta con 5.000 metros cuadrados de terreno e instalaciones adecuadas para el descanso, la recreación y la expansión cultural de los docentes, administrativos y directivos de la Institución y El Eco parque Universitario Lagos de Guatiguara, el cual es un lugar acondicionado para que la comunidad universitaria pueda realizar toda clase de deporte (voleibol, Microfútbol, voley playa, juegos de mesa, paseos eco turísticos, caminodromos, pesca, fútbol y otros), todo en armonía con la naturaleza y paz interior.

El Eco parque está ubicado en un sitio campestre entre Piedecuesta y Girón. Se extiende en aproximadamente 49.000 metros cuadrados de terreno ligeramente ondulado. En el centro del terreno se integran al paisaje tres (3) Lagos con capacidad de embalse de 40.000 metros cúbicos de agua, construidos con un concepto ecológico funcional y para descansar plácidamente.

Dada la necesidad de seguir avanzando por la ruta de la investigación y de las ciencias, presenta la Modificación de su Carácter Académico a Institución Universitaria, obteniendo del MEN su aprobación como CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SISTEMAS, mediante resolución 1856 de 1 DE AGOSTO DE 2002.

Posteriormente y para corroborar su compromiso con el Desarrollo y la Investigación plantea un cambio en su razón social, llamándose hoy en día CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO - UDI, según resolución 731 de 11 de abril de 2003.

En la actualidad la UDI ofrece diplomados, carreras de pregrado, tecnologías, educación a distancia y especializaciones:

DIPLOMADOS

- Diplomado en Logística y Gestión de la Cadena de Abastecimiento
- Diplomado en Investigación, Formulación y Gestión de Proyectos

PROGRAMAS DE PREGRADO

- Ingeniería Industrial
- Comercio Exterior
- Ingeniería de la Calidad y Metrología
- Entrenamiento Deportivo y Preparación Física
- Administración de Empresas
- Ingeniería de Sistemas
- Ingeniería Electrónica
- Diseño Gráfico
- Tecnología en Multimedia
- Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación

PROGRAMAS TÉCNICOS PROFESIONALES

- Técnico Profesional en Desarrollo de Software
- Técnico Profesional en Diseño Gráfico
- Técnico Profesional en Procesos Administrativos
- Técnico Profesional en Electrónica

TECNOLOGÍAS PRESENCIALES

- Tecnología en Diseño Gráfico
- Tecnología en Administración Financiera
- Tecnología en Electrónica

EDUCACIÓN A DISTANCIA

- Tecnología Contable y Tributaria
- Tecnología en Sistemas
- Tecnología en Gestión Empresarial
- Tecnología en Hotelería y Turismo
- Tecnología en Regencia de Farmacia

ESPECIALIZACIONES

- Especialización en Seguridad Informática
- Especialización en Alta Gerencia
- Especialización en Telecomunicaciones
- Especialización en Diseño Publicitario
- Especialización en Docencia Universitaria (Convenio con Unímagdalena)

1.2 MISIÓN²

La Universitaria de Investigación y Desarrollo - UDI, está comprometida con la calidad, con los Principios Constitucionales y los objetivos establecidos por la Ley para la Educación Superior.

En cumplimiento de su misión, la UDI busca forjar conocimiento con pensamiento universal y crítico en los campos científico, técnico, tecnológico y cultural que aportan el desarrollo humano, económico y social del departamento de Santander y del país, formando profesionales de alta calidad humana, teniendo en cuenta el contexto internacional para desarrollar en cada miembro el crecimiento académico, competencias éticas, creatividad, liderazgo, habilidades, pasión por el trabajo inteligente y eficaz en un ambiente de responsabilidad, de respeto a la palabra, a las personas y a los derechos humanos.

1.3 VISIÓN³

La Universitaria de Investigación y Desarrollo - UDI, apunta a la consolidación de una Universidad por su calidad y excelencia académica, prestando especial

² Documento en línea consultado el 24 de noviembre de 2008 en:
<http://www.udi.edu.co/paginas/institucional/index.htm>

³ Ibid

atención al fortalecimiento de la investigación formativa e institucional como eje y fundamento de la actividad académica y de desarrollo social.

La UDI proyecta para sus logros y realizaciones la utilización de los diferentes campos del conocimiento, la ciencia y la tecnología, articulados en el marco nacional e internacional, en la formación integradora de profesionales con altos valores humanos, comprometidos por el desarrollo y constructores de una sociedad colombiana mejor.

1.4 RÉGIMEN ORGANIZACIONAL⁴

(Ver Figura 1.)

1.4.1 Personas Con Autoridad. Las personas constituidas con autoridad en la Corporación son las siguientes:

- Rector y Representante Legal
- Vicerrectores
- Jefes de Escuela.

1.4.2 Propósitos de la Estructura Organizacional. (Figura 1.)

A través del establecimiento de la estructura se pueden obtener los siguientes logros:

- Visualización global de la forma como está organizada la Institución
- Definición de niveles jerárquicos
- División de funciones y responsabilidades
- Definición de líneas de autoridad, coordinación y asesoría

⁴ Documento en línea consultado el 24 de noviembre de 2008 en:
<http://www.udi.edu.co/paginas/institucional/index.htm>

- Definición de los canales y procesos de comunicación formal
- Definición de la departamentalización, de acuerdo a funciones específicas
- Definición de las relaciones e interacciones entre las diferentes dependencias.

1.5 OFICINA DE COMUNICACIONES

La oficina de comunicaciones está conformada por un equipo de trabajo de cinco (5) personas, entre ellas la Ingeniera de Sistemas, Astrid Victoria Cárdenas, Jefe de la oficina, y cuatro (4) asesores comerciales.

El enfoque de la oficina de comunicaciones está sujeto a la venta de los programas académicos que ofrece la universitaria, a la publicidad, promoción, difusión y demanda de los mismos.

La oficina de comunicaciones cuenta con organigrama, misión, visión y políticas internas.

1.5.1 Organigrama De La Oficina De Comunicaciones⁵. (Figura 2.)

1.5.2 Mapa De Procesos De La Oficina De Comunicaciones⁶. (Figura 3.)

1.5.3 Misión⁷. La Oficina de Comunicaciones tiene como finalidad brindar información clara y oportuna a estudiantes, padres de familia, miembros de asociaciones, colegios, personas del sector público y privado y en general a quienes deseen ingresar a la Educación Superior en los programas de formación de pregrado, postgrado, cursos de educación continuada y servicios educativos;

⁵ La información anterior es de tipo institucional y fue suministrada y tomada textualmente por la Jefe de la Oficina de Planeación, la Ingeniera Sandra Mendivelso; Febrero 27 de 2009

⁶ Ibid

⁷ Ibid

contribuyendo a la captación de estudiantes, y generando así crecimiento y sostenibilidad para la Institución teniendo como soporte programas de calidad.

1.5.4 Visión⁸. Para el 2010 esta dependencia contará con altos niveles de eficiencia y la mayor tasa de crecimiento en resultados, dentro de un ambiente de mutuo apoyo y mejoramiento continuo.

1.5.5 Política⁹. La Oficina de Comunicaciones y Atención al Estudiante de la Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI - , mediante el incremento en la captación de estudiantes y el cumplimiento de los cronogramas de trabajo, contribuye al crecimiento con rentabilidad de la Institución, mediante la oferta de programas de educación de alta calidad impartidas por docentes competentes y apoyadas en la adecuada infraestructura física y recursos tecnológicos, brindando así satisfacción y confianza a nuestros usuarios.

1.5.6 Objetivos de Mercado¹⁰.

1. Incrementar la captación de estudiantes por programa.
2. Cumplimiento de las actividades programadas en el cronograma de trabajo.
3. Crecer con rentabilidad.
4. Mejoramiento del Sistema de Gestión de Calidad.

⁸ Ibid

⁹ Ibid

¹⁰ Ibid

2. REFERENTE CONCEPTUAL

La Comunicación es lo que en principio el ser humano hace por instinto, desde el momento en que nace, su desarrollo durante la vida, hasta que muere, se está comunicando por medio de señas, ruidos, gestos, el habla, la escritura etc.

La comunicación es una necesidad de todo ser viviente, y en los cambios que ha sufrido la humanidad se han venido desarrollando un sin número de conceptos nuevos que hacen que el individuo esté en constante indagación sobre lo que acontece, y se mantenga a la vanguardia de dichos cambios.

Con la comunicación se desarrolla la habilidad de poderla implementar desde diferentes énfasis, como la comunicación escrita, visual, auditiva. Tal es el caso que desde la Comunicación Social se puede trabajar desde las diferentes especialidades que tiene la comunicación como: el periodismo escrito, el periodismo radial, el periodismo audiovisual, la fotografía, el periodismo comunitario, la comunicación organizacional; énfasis con los cuales se puede especializar en diferentes ámbitos, desarrollando conceptos similares o totalmente diferentes.

Para el caso de la comunicación organizacional, es importante señalar que esta, es el tipo de comunicación especializada en la empresa, pues su fin es gestionar lo relacionado con la comunicación tanto interna (personal que trabaja en la empresa) como externa (proveedores, clientes, público etc.), crear canales de comunicación en la empresa, velar por el clima laboral, motivar a la captación de clientes, crear estrategias en pro de conquistar el público objeto, fortalecer la imagen corporativa, implementar la **Relaciones Públicas RRPP**. Un sin número de responsabilidades, todas encaminadas al desarrollo y buen funcionamiento de la empresa y los diferentes canales de comunicación, con los diferentes públicos y en los distintos sectores.

De manera que las empresas u organizaciones, hoy día están implementado en su mapa de estrategias los planes de comunicación, que encierra en un todo los conceptos antes mencionados, es decir que con el plan de comunicaciones, la empresa abarca lo que es público, cliente, producto o servicio, demanda del mismo, marketing, mercadeo, competencia, publicidad, relaciones, etc.

El diseño del plan de comunicaciones está encaminado a la creación de estrategias para la demanda, promoción y venta del servicio que es el curso PREICFES en la UDI.

La combinación de los términos **RRPP, mercadeo, marketing, comunicación, publicidad**, que en su medida aportan al diseño del plan de comunicaciones parte de sus beneficios, hacen que las estrategias de dicho plan estén enfocadas a un sin número de preguntas y actividades que van relacionadas con los conceptos antes mencionados.

El término **Relaciones Públicas RRPP**, dentro de la organización y su léxico, sirve como puente entre la empresa y el público tanto interno como externo, para que puedan tener una comunicación eficaz y efectiva, de la misma forma que la empresa se pueda dar a conocer su imagen y que a la vez se genere una recordación en la mente de los demás.

Cabe señalar que con las RRPP, se puede conquistar otros públicos, y encontrar otros contactos que igualmente beneficien a la empresa y que contribuyan para la consecución de los objetivos propuestos.

Como lo expresa Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo, en su libro, *De las Relaciones Públicas a la Comunicación Social Integral*.

*“En la segunda mitad del siglo XX el Departamento de **RR.PP.** se encuentra ya en toda organización comercial, social o política que se respete. Incluso las iglesias empezando por la católica, cuentan con ello”.*¹¹

Es así como se puede justificar que un diseño de plan de comunicaciones, puede funcionar implementando un poco de cada concepto que abarca la Comunicación Organizacional.

Dicha fusión es clave a la hora de conseguir clientes, de generar más demanda, de construir puente entre los proveedores, los usuarios, los empleados, el público interno y externo; ya que con dicha combinación se está trabajando los puntos de la empresa relacionados con la comunicación, el diseño del plan estratégico que conlleva a la demanda del producto o servicio; de la misma forma se puede construir identidad, sentido de pertenencia, y crear buenas relaciones con los demás, con el fin de conseguir un resultado positivo para la empresa y su personal en general.

En la actualidad es normal encontrar en cada empresa, organización, institución, negocio etc., como se quiera llamar, una oficina o departamento de comunicaciones, ya que desde allí se genera la conexión con otros departamentos y con los públicos internos y externos de la organización; a su vez es la responsable de la imagen de la misma y que el producto o servicio desde el momento en que sale de la organización se venda o muestre de la mejor manera, con el fin de captar lo que se desea, el cliente potencial.

“Las ideas que nacen en el Oficina de Comunicaciones de una empresa pueden tener muy serias consecuencias en la marcha de los negocios. Un mal planteamiento, un análisis errado pueden provocar efectos y reacciones desastrosas en la clientela. Por ello, la Oficina de Comunicaciones debe de ser de plantilla y estar unido directamente al

¹¹ DE URZÁIZ, Jaime y Del Castillo Fernández. De las Relaciones Públicas a la Comunicación Social Integral, Nueva Estrategia Comunicativa para las Empresas e Instituciones. Editorial San Martín, Madrid. Pág. 31

centro motor y directivo de la empresa, dependiente del máximo nivel ejecutivo y en posición staff.¹²

Es decir, que la Oficina de Comunicaciones debe estar muy conectada con la oficina del gerente, pues es quien sabe del direccionamiento para desarrollar en la organización con respecto al bienestar de la misma y lograr dar respuesta a lo que la empresa quiere dar y transmitir a la sociedad, es quien decide qué quiere mostrar, qué quiere conseguir, cuál será su Target Group y cuál es el público al que se quiere o pretende cautivar, etc.

Al estar la oficina de comunicaciones conectada a la oficina de la gerencia, se va a generar una sinergia que llevará a que el resultado que se espera con el producto o servicio se logre, pues se tendrá en cuenta lo que quiere el gerente en cuanto al público, su estrato socioeconómico, la distribución del producto o servicio, su demanda, etc.

Con el diseño del plan estratégico, la organización podrá hacer que intervengan los demás departamentos de la empresa, que en cierta medida se encuentran implícitos en las determinaciones de algunas tareas, encaminadas al logro de los objetivos. Con el diseño de dicho plan se podrá establecer actividades que reúna a los departamentos directos encargados del producto, su publicidad, demanda, promoción y venta.

Dentro de los departamentos u oficinas que se encuentran implícitos en esta labor de recolectar información, suministrar ideas, dar opiniones y emitir conceptos, para el caso de la UDI, con la demanda de su curso PREICFES; se encuentran las oficinas de rectoría, vicerrectoría académica, vicerrectoría administrativa, los diferentes jefes de escuela, la jefe de la oficina de comunicaciones y los asesores comerciales, quienes son en últimas los agentes inmediatos que se encuentran en contacto con el público y/o cliente.

¹² DE URZÁIZ, Jaime y Del Castillo Fernández. De las Relaciones Públicas a la Comunicación Social Integral, Nueva Estrategia Comunicativa para las Empresas e Instituciones. Editorial San Martín, Madrid. Pág. 32

Una información veraz y buen flujo de comunicación entre los diferentes departamentos u oficinas de la organización, que de cierta manera se encuentran implícitos en la demanda del producto se podrá construir metas claras, medibles y alcanzables con el fin de lograr el objetivo de toda organización, saber llegar al cliente, tener gran demanda en el producto o servicio y crear imagen y recordación de lo que ofrece la empresa ante la sociedad.

Es importante que en toda organización el responsable de la oficina de comunicación, trabaje con cierto número de personal como equipo de trabajo, es decir en la oficina de comunicación debe existir un equipo mínimo de dos personas, con el fin que puedan coordinar entre los dos: eventos, informes, ideas y estrategias para llegar al público.

“El responsable de la Comunicación Social Integral debe trabajar en dos sentidos:

a). Dentro de la propia empresa haciendo llegar a todo el personal las reacciones, cambio – incluso insignificantes - de modas y gustos, situación económica y de moral de la presunta clientela, etc.

No quiere decir esto que deba intentar inspirar planes de acción a nivel directivo, pero sí tratar de completar al máximo los informes que llegan al mando ejecutivo.

*b). El más conocido trabajo de presentar en el exterior de la empresa, su organización y sus fines”.*¹³

La persona que se encuentre al mando de la oficina o departamento de comunicación, debe ser una persona idónea para dicho cargo, alguien que sea proactivo, dinámico, que tenga una basta experiencia en el campo de las relaciones públicas **RR.PP.**, en el marketing, la publicidad, la comunicación y el trato con las personas, etc.

¹³ DE URZÁIZ, Jaime y Del Castillo Fernández. De las Relaciones Públicas a la Comunicación Social Integral, Nueva Estrategia Comunicativa para las Empresas e Instituciones. Editorial San Martín, Madrid. Pág. 32

Ya que esta debe saber llegar a su equipo de trabajo, saber cómo le impartirá ordenes con el fin que los trabajadores entiendan el mensaje y cuando salgan a vender la imagen de la empresa lo hagan bien. Esta persona debe ganarse a su equipo de trabajo, debe mantenerlo al tanto de lo que acontece, de los cambios, de las estrategias, del lenguaje a utilizar, etc.

Es importante que la persona encargada de la Oficina de Comunicaciones, realice periódicamente un plan de comunicaciones, con el fin de tener más asertividad a la hora de vender la imagen de la empresa y su producto o servicio.

La Oficina de Comunicaciones demanda una considerable responsabilidad y habilidad a la hora de crear el diseño del plan de comunicación, pues este debe contener tareas realizables, actividades medibles y metas claras.

Partiendo del plan de comunicación, la Oficina de Comunicaciones sabe que se debe hacer, en cuanto tiempo, como hacerlo y lo que se va a evaluar, así lograra la empresa ser mas asertivo a la hora de escoger los canales para la promoción del producto o servicio y la manera de llegarle al cliente.

Si bien es cierto que la parte técnica es muy importante, pues es la parte de la gestión como tal. También es cierto que todo debe tener un complemento y más cuando de producto y cliente se trata. Dentro del plan de comunicaciones se encuentra la parte del mercadeo que es importante en la decisión de la salida de un producto o servicio.

Cuando se trata de lanzar al mercado un producto o servicio se debe tener en cuenta varios factores concernientes al público, quien es el objetivo de la empresa y el que de cierta manera “manda”.

Uno de los puntos que demanda el plan de comunicaciones y que hace parte del marketing, es la importancia de saber qué es lo que la empresa va a ofrecer, para de ahí saber a qué público se va a llegar, qué características tiene, a qué estrato socioeconómico pertenece, qué gustos posee, en fin una serie de preguntas las

cuales encausan a la organización a complementar el plan de comunicaciones, creando una estrategia de la promoción del producto, más acertada y con más criterio al público objeto.

Cuando se está hablando del cliente, esta palabra tan importante y clave para una empresa u organización, es fundamental tener en cuenta lo siguiente:

“una clave para el éxito en los negocios es la forma como usted trate al cliente. El cliente es la persona más importante en nuestro negocio, el cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él, el cliente es una persona que nos plantea sus necesidades: nuestro trabajo es cubrir esas necesidades, el cliente se merece el trato más cortes y atento que podamos darle”.¹⁴

El cliente siempre va a esperar a demás de recibir calidad en el producto o en el servicio, una excelente atención, ya que esto es clave en la decisión de compra, pues la manera en que el vendedor trate o llegue al cliente será motivo de decisión de compra y/o preferencia de la marca ante en el cliente, ya que si es tratado con respeto y amabilidad de seguro el cliente volverá.

El cliente se convierte en un importante eslabón en la construcción del plan de comunicaciones, pues es el objetivo principal de toda organización. Es importante cuando se quiere promocionar un producto o servicio conocer el tipo de público al que se va a llegar, conociendo esto se desprenden otras inquietudes como su estrato socioeconómico, edad, gustos, qué espera este tipo de cliente. Ya que cada cliente o usuario es diferente y cada grupo de usuarios que se seleccionan poseen características disímiles.

Tal como lo expresa Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo, en su libro *Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas*; al referirse al empresario y/o jefe de la oficina de comunicaciones, al decir que no deben confiarse de la intuición o de

¹⁴ PATTEN, Dave. *Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para abrir puertas y capturar Mercados*. Fondo Editorial Legis. Londres. Pág. 17

supuestos cuando de cliente se trata. Ellos sostienen que se debe con mayor razón tener cuidado y en cuenta el mercado, que hay que:

*“estudiarlo en el más amplio sentido de la palabra; desde sus puntos de vista económico, financiero, sociológico, psicológico, político, coyuntural y de oportunidad”.*¹⁵

Al tener claro el tipo de público al que se va a llegar se procede a crear la forma de cómo hacerle llegar la información, la promoción del producto o servicio. Esta fase es importante, de decisión y de gran expectativa, pues es la forma como se va a persuadir al público, al que se pretende llegar o cautivar.

Se puede en algunos casos aplicar un estudio de mercado, ya que es importante para poder hacer una buena promoción del servicio o producto, pues así se sabrá llegar con más propiedad, fuerza y veracidad al cliente. Así se podrá apreciar poco a poco, como se van entretejiendo los diferentes conceptos que comprende la Comunicación Organizacional, que mezclando un poco de cada uno de ellos se puede crear un buen diseño del plan de comunicaciones para una empresa u organización.

*“En estos tiempos de dura competencia, de alta calidad en la producción y de creciente exigencia del público, una buena campaña de publicidad debe estar basada en la bondad del producto, en el análisis del mercado – cantidad y calidad- y en el trabajo de las RR.PP. de averiguar el comportamiento psicológico del consumidor para seleccionar los canales de distribución y de publicidad, elementos importantes son, finalmente la presentación del artículo, su embalaje y su precio”*¹⁶

Es importante establecer por medio de qué canal se va a emitir la promoción y demanda del producto o servicio, si se tiene en cuenta los gustos del mercado,

¹⁵ Ibid. Pág 41.

¹⁶ PATTEN, Dave. Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para abrir puertas y capturar Mercados. Fondo Editorial Legis. Londres. Pág. 41

especialmente del cliente al que se pretende llegar, de modo que se podrá establecer con más facilidad el canal por medio del cual se realizará la promoción del producto. Los medios de comunicación ofrecen grandes alternativas para la demanda de la publicidad, dentro de los cuales está la radio, televisión, prensa, medios masivos de comunicación que llegan a todo el mundo.

Este es otro factor que incide en la decisión de compra del consumidor ya que se está logrando llegar a la mente del mismo por medio de una pauta publicitaria bien sea por radio, televisión o prensa, lo cual induce en la decisión de compra, pues genera expectativa frente a quien lo vea o escuche, y querrá conocer el producto o servicio. Aquí se encuentra parte de la clave para lograr cautivar al cliente o perderlo, pues si el cliente queda satisfecho con el producto o servicio ofrecido, será como el juez del mismo, ya que se encargará por motu proprio de hacerle publicidad, es decir que un cliente satisfecho, es un cliente agradecido.

El plan de comunicaciones, varía dependiendo del tipo de empresa en donde se va a desarrollar, ya sea de servicios o productos como tal; para el caso de la pasantía, que se trata de la demanda de un servicio, como es la promoción del curso PREICFES, el cual genera un público diferente, cuya promoción no es constante, es una vez al año; y se trata de ofrecer un curso para estudiantes de grados 10º y 11º, etc., etc. Implicando esto que el diseño del plan de comunicaciones se combine con el mercadeo estratégico.

George Steiner, manifiesta sobre la planeación estratégica lo siguiente:

“desde cuatro puntos de vista diferentes que se complementan entre si. Primero la planeación estratégica trata a cerca del porvenir de las decisiones actuales. Segundo, la planeación estratégica es un proceso que establece metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr esas metas. Tercero, la planeación estratégica es una actitud, una forma de vida. Cuatro un sistema de planeación estratégica formal une tres tipos de

*planes fundamentales que son: planes estratégicos, programas a medio plazo y planes operativos*¹⁷

Tal como se aprecia en el párrafo anterior, una planeación o plan se trata de crear estrategias, encaminadas al logro de ciertos objetivos. Con la creación de un esquema de actividades o tareas realizables a corto plazo, se puede diseñar tareas que se logren llevar a cabo dentro de los plazos estipulados, contribuye en su medida a que el personal lo adopte como un estilo de trabajo, para poder llevar a feliz término sus funciones. Es importante adoptar este ritmo de trabajo, pues las personas podrán conocer el tiempo real en el cual se puede desarrollar ciertas actividades, conocerán sus falencias, y podrán enmendarlas para proyectos futuros.

2.1 MERCADEO ESTRATEGICO

2.1.1 El Mercadeo Estratégico, *“parte de los fundamentos generales del mercadeo, profundizando en la identificación de necesidades del cliente y las posibilidades de responder a ellas utilizando o desarrollando ventajas competitivas para la organización, permite convertir el conocimiento del cliente y los mercados en planes de acción que aseguren el crecimiento y rentabilidad de la organización”*¹⁸.

Es decir que teniendo en cuenta este concepto, dentro del plan de comunicaciones, conviene estudiar y segmentar el público al que se pretende llegar. Para el caso del presente trabajo, que se trata de ofrecer un servicio educativo, se debe mirar qué clase de servicio es, después se debe indagar por el

¹⁷ ZAPATA, Guerrero Edgar Enrique. Mercadeo Educativo: Estrategias para Promover Instituciones y Programas. Segunda Edición. Tunja – Boyacá. Pág. 24.

¹⁸ PATTEN, Dave. Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para abrir puertas y capturar Mercados. Fondo Editorial Leguis. Londres. Pág. 22

tipo de cliente al que se pretende llegar, allí se estudian sus características socioeconómicas, edad, estrato, gustos, etc. Conociendo estos criterios, se debe definir, cómo se va a llegar al cliente, se observan los canales por los cuales se puede y conviene hacer la publicidad y promoción del servicio educativo; se escoge normalmente pautas publicitarias a través de medios como la radio, el periódico o canales televisivos, los cuales son **medios masivos de comunicación (MMC)**, que contribuyen a dejar en el público la curiosidad de saber qué se está ofreciendo, de esta manera se puede llevar a cabo una correcta difusión de la promoción del servicio, pues en esta fase ya se debe conocer al público, y el medio por el cual se escoja la forma de distribuir el mensaje, debe ser la más adecuada, ya que se escoge después de un análisis sobre el cliente y el servicio.

Cuando una empresa u organización implementa una estrategia de mercado, está llevando a la organización a la fase donde se conoce, aprende y descubre el mercado, lo que el cliente quiere; logrando de esta manera desarrollar el potencial empresarial, se podrá establecer las metas con objetivos claros, para así poder realizar una evaluación del resultado y se pueda crear un plan de contingencia para un nuevo estudio.

Logrando la empresa realizar dentro de su plan de comunicaciones, una serie de tareas encaminadas a la realización de las metas que se han debido establecer con tiempo de anticipación.

Tal como lo afirma Dave Patten, en su libro: Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para abrir puertas y capturar mercados: “A veces basta solo un nombre o una frase. Hoy no hay campaña de publicidad que no presuponga, desde su inicio, un estudio severo del mercado, tanto del punto de vista cuantitativo como desde el punto de vista cualitativo. Ya sea por cuanto se refiera al comportamiento psicológico del consumidor frente a la mercancía, cuanto por lo que concierne al producto,

es decir a la mercancía vendible. Ya sea, finalmente, por cuanto refleja la eficacia de los canales de distribución y de los vehículos de publicidad, la presentación del propio artículo, lugar de venta, embalaje y precio. Sin olvidar la acción de los competidores”¹⁹

Cabe resaltar que existen diferentes clases de públicos, de acuerdo a ciertas características como la edad, su estrato socioeconómico, etc., etc. Dependiendo de dichas características se escoge el mejor canal de promoción y distribución del producto o servicio, con el fin de cautivar al público objeto.

“El público y la industria compra lo que necesita, el artículo más costosamente promovido no creará un mercado si el consumidor no lo desea, se cree que si usted promueve lo suficiente un producto, se venderá y el proveedor hará una fortuna”.²⁰

Se debe tener en cuenta que la promoción constante y cuidadosa de un producto o servicio creará ante el mercado la expectativa por conocerlo y la demanda en su promoción hará que se genere ante la masa recordación de la marca o nombre de lo que se está promocionando, así la empresa venderá su producto o servicio y estará posicionando su imagen, la cual normalmente se queda en la mente del consumidor.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es la **Competencia**, ya que esta genera para la empresa la disposición de exigirse más para ser mejor y para cautivar de una manera más acertada al cliente o consumidor.

No se puede descuidar la competencia, hay que vigilar lo que ella ofrece, qué ofrece, cuáles ventajas tiene frente a la empresa, qué la hace importante para cierto público, cómo cautiva al mercado, sus costos, su publicidad, las ventajas que ofrece, etc. con el fin de crear un punto referencial para poder evaluar lo que la empresa ofrece, de qué manera lo está ofreciendo, cómo está cautivando a

¹⁹ Ibid. Pág. 54.

²⁰ Ibid. Pág. 13.

cierto público y así poder crear mejores estrategias de mercado y lograr ser mejores y más competitivos. Es importante tener en cuenta este punto, pues dentro del plan de comunicaciones se debe tener un plan B, para cuando se amerite el caso, es decir cuando se es notorio que la competencia ofrece mejores ventajas que la empresa.

Un aspecto que hay que tener en cuenta, y que es muy importante para la empresa es el **Vendedor**, ya que este forma parte de la misma y de la oficina de comunicaciones, la forma como se trate y sea tenido en cuenta el vendedor a la hora de crear estrategias de venta, en algunas reuniones etc., crea en él, sentido de pertenencia e identidad para con la empresa u organización, esto hará que se encuentre en un buen ambiente laboral y por consiguiente que lo exprese socialmente, así producirá mejores resultados y positivos para la organización.

*“La buena distribución de los productos no es posible sin una perfecta organización de ventas”.*²¹

Para el caso de la promoción u oferta de servicios en un establecimiento de educación llámese básica, media o superior, donde los servicios son de carácter educativo, es importante tener en cuenta qué clase de servicio se va a ofrecer, pues se tiene un portafolio amplio de servicios, como: convenios con otras instituciones, programas académicos de diversas especialidades, existen eventos en donde participan otras instituciones etc.

La educación es un mercado muy competitivo tanto a nivel de conocimientos como en la parte económica. Esto genera que cada día los establecimientos u organizaciones de educación estén más pendientes de sus clientes, de crear nuevos y mejores productos o servicios y de innovar con el fin de ser líderes en lo que ofrecen, servicios educativos.

²¹ PATTEN, Dave. Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para abrir puertas y capturar Mercados. Fondo Editorial Leguis. Londres. Pág. 59

2.2 MARKETING DE SERVICIOS EDUCATIVOS

La planeación estratégica favorece a la organización, ya que es más fácil para la empresa tener en cuenta al usuario, saber a qué público se va a llegar, qué se le va a ofrecer, cómo se le ofrece y la facilidad de pago; de ahí se tomaran decisiones para establecer fines, los cuales van encaminados al desarrollo y logro de los objetivos, las metas deben estar segmentadas por tiempo, es importante que dichas metas tengan un tiempo definido, real y alcanzable para su ejecución.

Como se ha expuesto en párrafos anteriores, es importante tener en cuenta lo que se va a promocionar, el tipo de usuario, cómo se va a llevar a cabo la promoción del servicio, la competencia, y cómo se va a mejorar lo que la empresa ofrece.

Smith y Cavusgil, conciben la mercadotecnia educativa en los siguientes términos: “El marketing puede ayudar a clarificar la demanda de las instituciones universitarias, y aquellas que con mayor precisión interpreten los requerimientos de la demanda tendrán éxito con los estudiantes que ingresen a las mismas”.²²

Tener claro lo que se está ofreciendo y a quién se le va a ofrecer es clave a la hora de llegar al público objetivo, ya que se podrá entender con mayor claridad y seguridad las necesidades de los clientes, a si mismo al captar al cliente es importante que se le haga un seguimiento, pues existe una etapa inicial que es la de captar al cliente y otra etapa que requiere el mismo sigilo y cuidado en el momento de crear la estrategia para llegarle al público objeto, que es el mantener a ese cliente, hacer que se sienta importante para la empresa y que se trabaja en pro de su beneficio.

El triángulo estratégico descrito por Kenichi Ohmae, en el libro *Mercadeo Educativo: Estrategias para Promover Instituciones y Programas*, define la estrategia como: “La manera en que la Corporación (organización), se esfuerza

²² PATTEN, Dave. *Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para abrir puertas y capturar Mercados*. Fondo Editorial Leguis. Londres. Pág. 15

por distinguirse, en forma distintiva de sus competidores, empleando sus puntos relativamente fuertes para lograr la mejor satisfacción de las necesidades del cliente”.²³ Ver Figura 4.

Tal como se ha expuesto, hay que tener en cuenta varios factores dentro de la organización como lo es: La oficina de comunicaciones, donde nacen las ideas, se crea las estrategias, y se entablan relaciones etc., de la empresa concerniente con el producto o servicio. Seguidamente el servicio que se va a promocionar, se debe establecer la clase de público al que se pretende llegar, conocer sus características y definir el canal por el cual se hará la promoción del servicio. Dichos puntos son importantes para poder dar inicio a la creación del diseñador del plan de comunicaciones, el cual se basa en la información antes suministrada y en las tareas o actividades a realizar a corto plazo para poder evaluar las metas, las cuales deben ser medibles para así poder lograr el éxito en la realización de los objetivos.

Por otra parte el jefe de la oficina de comunicaciones debe entablar una unidad de trabajo directo con la gerencia quien es la encargada de impartir lo que quiere que la empresa ofrezca y muestre.

Así se logra esclarecer que al momento de vender un producto o servicio son varios los factores que intervienen en dicha actividad y que es importante contar con un plan de comunicaciones para que reduzca el margen de error en la consecución del logro de los objetivos de la empresa.

²³ PATTEN, Dave. Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para abrir puertas y capturar Mercados. Fondo Editorial Leguis. Londres. Pág. 25

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Diseñar el plan de comunicación para promover los cursos PREICFES de la UDI.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Lograr identificar el target group de la universidad para poder llegar con más propiedad a la población objeto.
- Crear estrategias de mercadeo con el fin de vincular más jóvenes a la UDI, y aumentar el número de estudiantes en los cursos PREICFES 2009.
- Realizar charlas en los diferentes colegios con el fin de generar expectativa tanto en los rectores como en los maestros y estudiantes de cada institución.
- Construir un cuadro de observaciones donde se plantee los aspectos a mejorar tanto en promoción de los cursos PREICFES como en los de pregrado que ofrece la misma, a su vez las que se puedan hacer respecto al oficio de comunicaciones y de la universidad.

4. METODOLOGIA

Para la ejecución satisfactoria de la pasantía, se estableció realizar el diseño de un Plan de Comunicaciones, con el propósito de orientar la promoción, difusión, venta y captación de clientes para el curso PREICFES que se dicta en la UDI.

Para llevar a término dicho plan, se estableció un cronograma de actividades por mes, de manera que se pudiera tener una consecución de las tareas a realizar en su debido tiempo y así poder lograr los objetivos previstos. Anexo 36

En dicho cronograma se diseñó algunas estrategias de comunicación encaminadas a la demanda, promoción, divulgación, venta y captación del curso PREICFES, con miras a dar una orientación hacia el logro de los objetivos planteados y el éxito de la demanda del curso.

Las estrategias que se plantearon fueron las siguientes:

- Hacer difusión en los meses de enero, febrero y principios de marzo del año 2009 por radio, en emisoras como la mega o Tropicana, las cuales tienen gran acogida en los jóvenes de edades entre 14 a 18 años, edades en las que se encuentran los estudiantes de los grados a los que se pretende llegar.(10° y 11°).
- Pautar en un canal local, un comercial sobre la universidad y sus servicios, pues la televisión posee la ventaja de mostrar las imágenes y esto contribuirá a que el público al que se pretende llegar se motive.
- Realizar charlas en los colegios con el fin de difundir la información sobre los cursos PREICFES.
- Realizar jornadas de información en los colegios, montando un stand en los mismos, con el fin de dar información sobre los cursos PREICFES y las carreras de pregrado.

- Rediseñar el volante que se lleva a los colegios, pues este contiene mucha información y para los estudiantes se hace tedioso leer un volante con tanta información.

5. INFORME CENTRAL

Desde un comienzo se estableció junto con el Vicerrector Académico de la UDI, el Ing. Jairo Augusto Castro Castro, ser apoyo de los cursos PREICFES, pues se requería de una buena estrategia para que pudiese llegar con éxito a los colegios de Bucaramanga y su Área Metropolitana (Girón, Floridablanca y Piedecuesta), con el fin de dar a conocer el curso y que los estudiantes, docentes y padres de familia se enteraran de las ventajas y beneficios que tiene el curso PREICFES de la UDI.

Durante los dos primeros meses (octubre y noviembre) la pasante junto con dos personas que fueron contratadas especialmente para la promoción del curso PREICFES, se dedicaron a realizar las cartas para ser enviadas a los diferentes colegios de Bucaramanga y su Área Metropolitana, seguidamente se distribuyó la ruta de los colegios por zonas, quedando para la pasante parte de la ruta de Bucaramanga. Los colegios que le correspondieron a la misma fue un total de 58 colegios. Anexo 1 y 9.

A principios del mes de diciembre se realizaron charlas en cinco colegios, el Metropolitano del Sur, Cooperativo Cajasan, Colegio Adelina Cárdenas de Mendoza, Colegio Maipore, Colegio Luís Carlos Galán Sarmiento del Sur.

Para el mismo mes a la pasante le fue asignado trabajar en la temporada de vacaciones, debido a que la realización de la pasantía, se trataba de seis meses consecutivos. La tarea encomendada en esta ocasión fue vender los diferentes programas que ofrece la UDI, motivo por el cual la pasante tuvo que dejar de lado por el tiempo de vacaciones el proyecto como tal. A la pasante se le asignó la promoción de una tecnología en especial para su promoción, la cual fue la Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación, para ello la pasante realizó visitas a varias empresas, donde llevaba el pensum de la

tecnología, un volante donde contenía el valor de las carreras que tiene la UDI y el plegable institucional. Anexo 10, 11 y 12.

Durante este periodo la pasante se dedicó a realizar telemarketing, visitas empresariales, atención al público y venta de formularios para las diferentes carreras. Anexo 2, 11.

Continuando en el mes de diciembre, se presentó un primer informe el cual contenía información de la empresa, las expectativas de la pasantía, objetivos general y específico, y la propuesta de las estrategias de marketing que se planteaban para llevarlas a cabo durante la pasantía, dentro de las cuales se encontraba: pautar por radio y televisión, rediseñar los volantes concernientes al curso PREICFES, montar stand en los colegios, dar las charlas en los mismos. Anexo 13.

En el mes de enero la oficina de comunicaciones continúa con la venta de formularios, atención al cliente y telemarketing, con el fin de seguir vendiendo los programas profesionales. Anexo 3.

Para la segunda semana de febrero, la pasante retoma el trabajo sobre el curso PREICFES; junto con la Ingeniera Astrid se realizó un cronograma de visitas a los colegios, donde se estableció visitar los diferentes colegios para poder coordinar una cita para la charla sobre el curso PREICFES. Anexo 4.

Dichas visitas iniciaron a partir de la segunda semana del mes de febrero, pues como aún se estaban vendiendo formularios de inscripción para las carreras que ofrece la UDI, fue necesario esperar a que se acabaran las inscripciones de dichos programas.

Por motivos ajenos a la pasante, algunas de las estrategias mencionadas no se llevaron a cabalidad, razón por la cual fue necesario brindar todo el apoyo que estuviese a disposición de la misma y emplear otras herramientas para poder dejar algo nuevo en la plaza donde se realizó la pasantía.

La pauta por radio y televisión no se llevó a cabo por orden de rectoría, ya que existía un equipo conformado por cuatro asesores para la promoción fuerte del curso. Se había estipulado inicialmente que se realizara una pauta publicitaria con Tropicana Stereo, que es la emisora que tiene más acogida en el público estudiantil y especialmente en los jóvenes que se encuentran haciendo sus estudios de secundaria.

Finalmente no se realizó la pauta como tal, pero se llevó a cabo durante la tarde de un viernes, un evento con Tropicana Stereo el cual se transmitió en directo desde la UDI, donde se ofreció en directo los programas de la UDI y la comunidad se integró.

La posibilidad de mejorar el diseño en los volantes del curso PREICFES no fue posible, pues ya se tenía un volumen considerable de los volantes para la promoción de los cursos. Quedando elaborado el diseño para un posible cambio. Anexo 7.

Las charlas se llevaron a cabalidad en los diferentes colegios que eran responsabilidad de la pasante. Se logró cubrir la totalidad de los establecimientos educativos; los colegios que se había visitado a finales del año pasado en el 2008, fue necesario realizar nuevamente la visita; en los demás colegios se ejecutó la charla respectiva, en estas visitas se entregaba volantes que contenían la información de los cursos PREICFES, se entregaba un formato para la toma de datos de los estudiantes para crear una base de datos con posibles aspirantes a las diversas carreras de la UDI y se llevaba afiches publicitarios. Anexo 6 y 5.

Al realizar las visitas en los colegios, se pudo concretar en algunos la charla para el otro día, o se dejaba establecida la cita; en otros fue necesario visitar un par de veces porque los rectores no estaban, o los coordinadores se encontraban en reunión, etc. Para el caso de algunos colegios donde el rector lo cambiaron o porque iniciaba otro año, fue necesario enviar nuevamente la carta que se había

llevado en el mes de octubre del año pasado 2008, para que fuese estudiada y se pudiera refrescar la información. Anexo 14.

Una de las estrategias que se optó para la comodidad del cliente, fue emplear el servicio puerta a puerta, es decir que se ofrecía la venta del formulario a través de una visita que se realizaba al domicilio o al trabajo del cliente. Este servicio ha gustado, pues aquel cliente que no puede trasladarse con facilidad de un lugar a otro ya sea por factor de lejanía, transporte o porque el horario del trabajo no lo permite, se le realizaba la visita para poder cubrir esta necesidad. De esta manera se ha logrado llevar a buen término la gestión de la promoción y divulgación del curso PREICFES en la UDI.

Retomando con la gestión realizada durante la pasantía; en el mes de diciembre, enero y mitad de febrero, la pasante se dedicó a realizar telemarketing, visitas empresariales, atención al público y venta de formularios para las diferentes carreras. Anexo 3 y 2.

Iniciando el mes de febrero, se retomó con la Ingeniera Astrid un cronograma de visitas a los colegios, donde se ubicaba visitar los diferentes colegios, para poder coordinar una cita para la charla posterior sobre el curso PREICFES. Anexo 4.

Dichas visitas iniciaron a partir de la segunda semana del mes de febrero, pues como aún se estaban vendiendo formularios de inscripción para las carreras que ofrece la UDI, fue necesario esperar a que se acabaran las inscripciones de las mismas.

Con las visitas ejecutadas en los colegios del Norte de la ciudad, se pudo observar que la Alcaldía de Bucaramanga le financia el curso PREICFES a los estudiantes de grado 11º; algunos de los rectores de estos colegios le hicieron esa salvedad a la pasante, motivo por el cual se realizó una visita a la Secretaría de Educación

para poder entrar en la licitación de los grupos que ofrecen este servicio. Anexo 15.

Igualmente se gestionó la visita a la Institución Niños de Papel, para poder establecer con ellos la posibilidad de un convenio para el curso PREICFES, ya que la Institución Niños de Papel, tiene a su cargo una población grande de jóvenes estudiando en la secundaria. Anexo 16.

A cada rector que se visitó se le comentaba la posibilidad de montar el stand en horas del descanso; siendo imposible porque para ellos eso le generaba perdida de tiempo, o por que el colegio no permitía que entrará personal externo al colegio ni siquiera a dar información ya sea en los salones o en el auditorio; caso contrario en el Colegio Santa María Goretti, en donde se habló con la Señora Rectora, quien muy amablemente dio como respuesta ante la propuesta presentada que no permitía que se diera información por los salones, pero que para la ubicación de un stand si daba la autorización, pero era necesario hablar con las coordinadoras para que ellas estipularan el día y la hora de dicho evento. Se llevó la carta correspondiente a cada una de las coordinadoras de la mañana y de la tarde, donde nunca fue posible establecer contacto con ellas y nunca emitieron respuesta alguna con respecto a la solicitud enviada, razón por la cual no fue viable hacer la respectiva ubicación del stand. Anexo17.

En el Instituto Salesiano Eloy Valenzuela se ubico un Skanline, el día viernes 25 de marzo en horas de la tarde; la pasante no pudo asistir por motivos que le fueron asignadas otras funciones a la misma. Cubriendo esta visita la asesora Tatiana Rey. Anexo 8.

A partir del día 25 de marzo, por orden del Ingeniero Julio Enrique Anaya, Vicerrector Administrativo y de la Ingeniera Astrid Cárdenas, jefe de la Oficina de Comunicaciones se estableció que la pasante pasara a ser asistente de la Oficina de Egresados. Las tareas encomendadas fue realizar telemercadeo para convocar a los egresados a un evento que se llevó a cabo el día martes 31 de marzo para

crear el Comité de Egresados, desde el 25 de marzo la pasante realizó labores de telemarketing para la Oficina de Egresados, con el fin de actualizar la base de datos. Anexo 18, 19, 20.

La pasantía finalizó el día 15 de abril del año 2009, logrando dejar todas las actividades al día y totalmente realizadas. Igualmente se habló con el Señor Rector, el Doctor JAIRO CASTRO CASTRO, para darle las gracias por la oportunidad brindada y la experiencia vivida.

Se dejó una carta de agradecimientos al Señor Rector, a la comunidad UDI y al equipo de trabajo con quien la pasante compartió durante su marcha por la UDI. Anexo 21, 22, 23.

6. PRESUPUESTO

El presupuesto consta de tres informes, que son el recurso humano, recurso económico y recurso técnico.

6.1 RECURSO HUMANO

Cuadro 1. Recurso Humano

Cantidad	Cargo
1	Señor Rector
1	Vicerrector Administrativo
1	Jefe de la Oficina de Comunicaciones
4	Asesores internos
1	Pasante, en Comunicación Social

Fuente: Autora del proyecto

Para la ejecución de la pasantía fue necesario la presencia del Señor Rector, quien es el que le da el direccionamiento a la Oficina de Comunicaciones y quien da la última palabra sobre las decisiones de la misma; la presencia del Vicerrector Administrativo, quien con el aval del Señor Rector, es quien autoriza el dinero para el transporte, los volantes, las visitas etc.; la jefe de la Oficina de Comunicaciones, quien es la directa responsable sobre la dicha oficina y los cuatro asesores, quienes se encargan de traer personas a la Universitaria y los que llevan a efecto dichas visitas a empresas, colegios etc. La pasante que es la persona que se encuentra prestando un servicio a dicha institución educativa.

6.2 RECURSOS ECONÓMICOS

Cuadro 2. Recursos Económicos

Concepto	Valor Quincenal	Valor Mensual	Valor Trimestral
Transporte	\$ 171.000	\$ 342.000	\$ 2.052.000
Honorarios de la Pasante	\$207.000	\$414.000	\$ 2.484.000
TOTAL			\$ 4.536.000

Fuente: Autora del proyecto

Desde un comienzo se estipulo en el contrato de trabajo que la pasante recibiría un salario mínimo mensual.

6.3 RECURSOS TÉCNICOS

Cuadro 3. Recursos Técnicos.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Transporte	20	\$ 1.350	\$ 27.000
Impresiones	450	\$ 100	\$ 45.000
Empaste	2	\$ 3.500	\$ 7.000
CD	3	\$ 2.000	\$ 6.000
Llamadas telefónicas	Este servicio era suministrado por la Universitaria		
TOTAL			\$ 85.000

Fuente: Autora del proyecto

Cuadro 4. Sumatoria del Recurso Económico y el Técnico.

Recurso Económico	\$ 4.536.000
Recurso Técnico	\$ 85.000
TOTAL	\$ 4.621.000

Fuente: Autora del proyecto

CONCLUSIONES

Toda experiencia debe ser enriquecedora para el ser humano, sea buena o mala, hay que encontrar el lado positivo de la misma, para aprender y discernir sobre las falencias que se presentan en la marcha.

El proceso que se vivenció durante la pasantía en la UDI, fue muy importante, ya que sirvió para que la pasante, enriqueciera más sus presaberes, conociera las diferencias de trabajar en los diferentes campos de acción que tiene la Comunicación Social, como es en el caso de la televisión, de una empresa, radio, prensa, una institución de educación, etc. y que discerniera el estilo o la forma de trabajar en las diferentes empresas u organizaciones.

Es importante tener en cuenta que la Oficina de Comunicaciones posee gran variedad de servicios, que se pueden aprovechar en su medida teniendo a mano un buen plan de comunicaciones, y sabiendo qué es lo que se quiere mostrar, vender etc.

Importante fortalecer el sentido de pertenencia por parte del personal que labora en tan prestigiosa Universitaria, pues cuando un trabajador tiene sentido de pertenencia por el lugar donde labora, el ambiente se hace más tranquilo, el trabajo mejora su calidad y todos trabajan bajo un solo propósito, que es la empresa.

Con el diseño del plan de comunicaciones se logró establecer algunas relaciones para el futuro con la Alcaldía de Bucaramanga, en la Secretaría de Educación, y en la Fundación Niños de Papel, así mismo se brindó asesoría para mejorar el diseño del volante que se entrega a los colegios para la promoción del curso PREICFES.

Se pudo manifestar y dejar constancia en la rectoría, de la misma manera a la jefe de la Oficina de Comunicaciones sobre la importancia de la publicidad en una empresa, pues está logra infundir en el mercado la curiosidad por conocer y saber qué se está ofreciendo, así mismo persuade al público para que se acerque a preguntar por los servicios que ofrece.

La realización de la pasantía fue una experiencia gratificante para la pasante pues se ratificó que al público le gusta el buen trato, la diplomacia y las buenas relaciones, ya que son importantes a la hora de conseguir la conquista del cliente; El saber, ser diplomáticos en cualquier espacio y evento de la vida, especialmente en el trabajo que es donde las personas pasan la mayor parte de su tiempo y donde más se incurre en rivalidades, rumor, competencia y malos entendidos.

De la misma manera, que es importante poder establecer metas, con actividades y tareas a corto plazo para la realización de los objetivos, ya que con un buen diseño o plan estratégico se puede manejar con seguridad la consecución de los logros.

Se pudo corroborar desde la práctica, que con la comunicación se pueden aportar muchas cosas desde diferentes enfoques, ya sea periodístico, radio, televisión, organizacional, comunitario, publicidad, fotografía, entre otros. Tiene un campo de acción lo suficientemente expandido para que el comunicador pueda dejar su sello personal en cualquier trabajo, empresa u organización donde se encuentre, aportando siempre la experiencia combinada con la creatividad que le da su esencia y con los conocimientos que le da la academia.

La UDI fue una gran escuela, pues desde allí se aprendió muchas cosas, entre ellas, conocer a la gente, a tener paciencia, prudencia, a saber que el clima organizacional es un aspecto importante en toda empresa, que al trabajador se debe tratar como persona, que todos quienes se encuentran allí, llámese Rector, estudiantes, porteros, secretarias, obreros, jefes, aseadores, trabajan por un bien

común, la universitaria y su buen funcionamiento. Luego debe considerarse como una familia. . . como la familia UDI.

RECOMENDACIONES

PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES

- **DIPLOMACIA:** La persona encargada de la oficina de comunicaciones debe ser alguien que sepa discernir entre lo laboral y lo personal, es decir que no existan preferencias.

Aspectos como las relaciones, el trato, las oportunidades, las exigencias, el reconocimiento, el delegar funciones y tareas, deben ser por igual; pues es conveniente que esta oficina de ejemplo de discreción, excelente flujo de información y muy buen trato.

RESULTADO: Al ser diplomáticos, se logrará que las cosas sean equitativas, como las oportunidades para cada uno de los empleados, en este caso para cada asesor, igualmente que el ambiente laboral mejore y que el personal haga las cosas con más agrado.

- **INFORMACIÓN:** Es importante que dentro de la oficina de comunicaciones se presente o se implemente el hecho de hacer reuniones periódicas, con el fin de evitar el rumor, la incertidumbre, que se tenga en cuenta lo que los trabajadores (asesores) quieren, opinan, piensan de alguna situación o del tema que se establezca en la reunión. Ya que ellos pueden fijarse más en

los que quiere o le gusta al cliente, pues son ellos quienes interactúan día a día de una forma personalizada con el cliente, así se podrá llegar a un consenso general.

RESULTADO: Esto logra que dentro del equipo de trabajo haya más flujo de información, que se tengan más confianza dentro del mismo, evita el rumor, el chisme, la incertidumbre y logra establecer sentido de pertenencia frente a la oficina de comunicaciones y la institución.

- **PLANEACIÓN:** Es importante que se vislumbre con tiempo la actividad a realizar. Es decir que se planifique con anticipación de cada evento, un cronograma de actividades, metas y tareas a realizar, y no sobre la marcha. Pues esto distorsiona el proceso del alcance de los logros.

RESULTADO: Cuando se planifica con dos o tres meses de anticipación una actividad y/o evento, se puede establecer los tiempos medibles de la consecución de resultados, de la misma forma esta planificación anticipada permite realizar un cronograma de actividades, logrando establecer en tiempo real el logro o atraso de las tareas estipuladas, pudiendo llevar un control sobre los tiempos transcurridos y las metas propuestas.

- **RELACIONES PÚBLICAS (RRPP), MERCADEO:** Establecer contacto con los diferentes colegios y/o entidades, corporaciones, instituciones etc. Que se encuentren vinculados directa o indirectamente con el sector estudiantil, dependiendo del programa que se vaya a promocionar, para este caso el curso PREICFES, (educación secundaria).

Mirar cómo se puede buscar el mecanismo o acercamiento con las asociaciones de padres de familia y directivas de los colegios, para realizar

convenios que beneficien tanto a la UDI como a la asociación de padres y Al colegio. Ofreciéndoles algunos beneficios por cierta cantidad de jóvenes inscritos para el curso PREICFES.

Es decir en reunión con los padres de familia y/o con las directivas del colegio, se puede establecer que por cierto número de estudiantes inscritos, se ofrecerá un beneficio al colegio, por ejemplo: balones, mallas, cestas de aseo. Beneficios que resultan ser un gancho muy fuerte para cualquier cliente.

RESULTADO: Las personas siempre están esperando a que su proveedor las tenga en cuenta, y a la espera de un resultado costo-beneficio, si se estimula de esta manera al cliente, seguro logran sobrepasar la expectativa de venta, y se cautivarán al cliente que es un factor muy importante en el mercadeo y para cualquier empresa u organización.

- **ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO:** Las instalaciones y adecuación física del personal en la oficina de comunicaciones es importante, ya que allí es a donde llega el cliente por primera vez, es el espacio del vendedor y donde atiende a su cliente. Es importante, la limpieza, su orden y que todo marche en armonía.

RESULTADO: El cliente debe llevarse una buena impresión del lugar, de la persona que lo está atendiendo y de la institución como tal, pues el orden, la buena distribución y espacio de la oficina demuestra con qué clase de personas se está entablando comunicación y de dónde estamos.

- **CREATIVIDAD:** La oficina de comunicaciones tiene muchas cosas por dar, pero falta que la exploten más, pues desde allí solo se trabaja la parte de mercadeo como tal, pero no la de comunicaciones.

RESULTADO: Si se maneja con creatividad, conocimientos sobre el tema de las relaciones públicas, comunicaciones, marketing y publicidad, la oficina dará más y mejores resultados.

BIBLIOGRAFÍA

PATTEN, Dave. Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas. Técnicas para Abrir Puertas y Captar Mercados. Fondo Editorial Legis.

URZAIS, Jaime y del Castillo. De las Relaciones Públicas a la Comunicación Social Integral. Nueva estrategia comunicativa para las empresas e instituciones. Editorial San Martín, Madrid.

ZAPATA, Guerrero Edgar Enrique. Mercadeo Educativo: Estrategias para Promover Instituciones y Programas. II Edición. Tunja, Boyacá.

www.unipiloto.edu.co/index.php?seccion-185. Consultado el día febrero 25 de 2009.

www.udi.edu.co consultado el 17 de noviembre de 2008

ANEXOS

ANEXO 1.

DISEÑO DE CARTA ENTREGADA A LOS COLEGIOS

Bucaramanga Febrero 11 de 2009

Señora
BLANCA CARO DE MESA
Colegio Santa María Goretti
L.C.

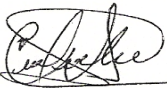
Cordial Saludo,

Para la Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI, es de vital importancia el desarrollo académico de los educandos, por tal motivo quiere ofrecer la mejor y más viable posibilidad a los jóvenes para que accedan al curso PREICFES, el cual cumple cinco años de realizarse en la UDI.

Para esto se estableció contacto inicial con la señora rectora Luz Mireya Herrera, quien nos autorizó el permiso para poder ubicar un stand en las instalaciones del colegio en el descanso, por tal motivo solicito su valiosa y amable colaboración para que nos pueda dar orientación de cuándo sería, en que lugar se ubicaría el stand, que recursos nos pueden facilitar y en qué horario.

Esperando pronta y positiva respuesta,


CAROLINA BLANCO ROMERO
Asesora Interna.


Feb. 11/09

ANEXO 2

CONSOLIDADO INSCRITOS PARA EL PRIMER SEMESTRE DEL 2009, EN LOS DIFERENTES PROGRAMAS QUE OFRECE LA UDI / ASESOR: IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO

SEMANA	DÍAS	VISITAS	LLAMADAS	TOTAL
Semana A	Diciembre 1 al 6	23	189	212
Semana B	Diciembre 8 al 13	26	179	205
Semana C	Diciembre 15 al 19	36	162	198
Semana D	Diciembre 22 al 26	43	62	105
Semana E	Diciembre 29 al 3 de Enero	35	49	119
Semana F	Enero 5 al 10	65	113	178
Semana G	Enero 12 – 17	66	132	198
Semana H	Enero 19 – 24	21	194	215
Semana I	Enero 26 al 31	41	189	230

ANEXO 3.

CONSOLIDADO INSCRITOS PARA EL PRIMER SEMESTRE DEL 2009, EN LOS DIFERENTES PROGRAMAS QUE OFRECE LA UDI / ASESOR: IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO

PROGRAMA DE INTERES	NÚMERO DE INSCRITOS
Ing. Sistemas	12
Ing. Industrial	10
Ing. Electrónica	11
Administración de Empresas	12
Comercio Exterior	6
Criminalística	13
Diseño Gráfico	5
Entrenamiento Deportivo y Preparación Física	1
Tecnología en Diseño Gráfico	11
Tecnología en Gestión de sistemas de Información y Documentación	3
Tecnología en Regencia de Farmacia	3
Tecnología en Gestión Empresarial	12
Tecnología en Sistemas	4
TOTAL	103

ANEXO 4

COLEGIOS A VISITAR PARA EL PREICFES - 2009

COLEGIO	MUNICIPIO	DIRECCIÓN	TELEFONO	RECTOR	OBSERVACIONES
La Santísima Trinidad - Pachas	B/manga	Cll. 28 No. 21 - 4 B. Alarcón	6455874	Lic. Gloria Estella Moncada Gómez	DESCARTAR , se habló con la señorita Ingrid, quien dice que el colegio maneja su propio curso PREICFES.
La Presentación	B/manga	Cll. 56 No. 33-38, Cabecera del Llano.	6437253-6437254	Hna. Yanira Carrillo Figueroa.	DESCARTAR , se habló con el señor Aníbal Barajas, coordinador, quien dice que ellos ya tomaron el curso PREICFES con el grupo Helmer Pardo, el curso inicia el próximo 7 de Marzo.
Colegio Cooperativo Cajasan	B/manga	Cll. 34 No. 45 - 38 B. Tejados, Álvarez	6434444 ext. 4531 - 4534	Dr. Néstor Ricardo Serrano Rincón	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 9º y 10º, se entregó publicidad; los docentes y parte del alumnado quedo interesado. / la charla se repitió en el mes de febrero de 2009.
Colegio Nuestra Señora del Pilar	B/manga	Avenida los Estudiantes 9 No. 3 – 23	6445501	Lic. Miriam Gómez de Mejía	SEGUIMIENTO , se realizó charla con los jóvenes de los grados 11º en horas de la mañana.
Colegio Santa Ana	B/manga	Cr. 15 No. 106 - 39 B. Dangond	6375680 - 6373134	Hna. Ana Tilia Flórez Páez / Coor. David Marín	DESCARTAR , los estudiantes desde enero ya habían tomado al decisión de hacer el curso PREICFES con dos instituciones que no nos dieron los nombres.

COLEGIO	MUNICIPIO	DIRECCIÓN	TELEFONO	RECTOR	OBSERVACIONES
Corporación de Santander - Corsan	B/manga	CLL 53 NO 34-22	6479163		DESCARTAR , por orden de rectoría se descartó, ya que es un colegio de muy bajo nivel académico.
Instituto Gabriela Mistral	B/manga	calle 69n N. 27-30	6471466	Hna. Ángela vaquero franco	SEGUIMIENTO , se realizó charla con las jóvenes de grados 10º y 11º.
Colegio Santa María Goretti	B/manga	Avenida los Estudiantes No. 9 – 67	6444838 - 6414641	Magíster. Luz Mireya Herrera de Gutiérrez / Leonor Rodríguez. /M. Blanca Caro. T.	SEGUIMIENTO , se habló con la rectora, la señora Luz Mireya, quien muy amablemente dio la autorización para montar un stand en el colegio en horas del descanso, se pasó a la coordinadora de cada jornada una carta, pero no se ha obtenido respuesta alguna./ DESCARTAR , se habló con la secretaria, la señora Emilse quien dice que el colegio ya esta haciendo el curso con un grupo de la UIS.
Centro Educativo las Americas	B/manga	Cll. 33 No. 36 - 16 B. Álvarez	6340088	Lic. José Gabriel Vera Riaño	SEGUIMIENTO , se envió una propuesta por correo electrónico pero no se ha podido establecer algún contacto.
Colegio Andrés Páez de Sotomayor	B/manga	Cll. 37 No 1-97, B. La Joya	6704705	Lic. José Joaquín Claros Méndez	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 10º y 11º, se les entrego volantes, y se diligencio el formato que se lleva.
Colegio Aurelio Martínez Mutis	B/manga	Avn. los Estudiantes Real de Minas	6419999	Lic. José de Jesús Celis Gómez	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 10º y 11º, se les entregó volantes, y se diligenció el formato que se lleva.
Colegio Colombo Italiano	B/manga	Cr.2 a w No. 61 - 02 B. Mutis	6449224	Lic. Sergio Neira Cuellar	DESCARTAR , por motivos que ya están comprometidos con otro grupo de PREICFES.

Colegio Nuestra Señora del Divino Amor	B/manga	Cr. 3w No. 62 - 02 B. Mutis	6449178	Sor Celestina Pompeo	SEGUIMIENTO , se llevó publicidad, pero no se pudo hacer la charla. Ya hay jóvenes que han llamado a preguntar por los cursos PREICFES.
Colegio Jorge Ardila Duarte	B/manga	CLL 53 N° 21- 25 La Concordia	6574570	Lic. Raquel Gómez Martínez	SEGUIMIENTO , se ha hecho varias llamadas en distintas horas del día, pero no ha sido posible que respondan el teléfono.
Colegio María Auxiliadora	B/manga	Cll. 37 No. 13 - 26 B. Centro	6422459 - 6525518	Lic. Luís Gilberto Díaz Barajas	DESCARTAR , se realizó la visita pero el colegio tiene su propio PREICFES.
Colegio Príncipe de Asturias	B/manga	Cll. 41 con 40 B. Altos de Cabecera	6352228	Lic. Jaime Ariza	DESCARTAR , se realizó la visita pero el colegio tiene su propio PREICFES.
Colegio Rural Vijagual	B/manga	Km. 10 via al mar	6305178	Lic. Eliécer Zarate	DESCARTAR , la alcaldía les financia el PREICFES con el grupo Helmer Pardo.
Colegio San Vicente Ferrer	B/manga	Cll. 12 No. 18 - 69 B. San Francisco	6718347	Lic. Rosa María Silva de Parada	SEGUIMIENTO , se realizó charla con los jóvenes de los grados 10º y 11º en horas de la mañana.
Colegio José Celestino Mutis	B/manga	Cr.3w No. 57- 60 B. Mutis	6449361	Lic. Esperanza Toloza León	DESCARTAR , ellos ya tomaron el curso con un grupo diferente.
Colegio Acoandes	B/manga	Cll. 41 No. 15 - 82. B. Centro	6304956	Lic. Luzmila Camacho Pinzón	DESCARTAR , ya manejan su propio PREICFES.
Colegio Cooperativo Bucaramanga	B/manga	Cll. 45 No. 0 - 160 B. B. Campo Hermoso	6337992	Lic. Marco Fidel Higuera	DESCARTAR , se realizó la visita pero el colegio tiene su propio PREICFES.
Colegio Harvard	B/manga	Cr. 36 No. 53 - 32 B. Cabecera del Llano	6431864	Dr. Miguel Ángel Castañeda	DESCARTAR . ellos manejan el propio curso PREICFES.

Colegio Maipore	B/manga	Cll. 23 No. 12-58, B. Kennedy	6402632 - 6405036	Lic. Saulo Vicente Valderrama	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 9 y 10, se entregó publicidad, quedando interesados algunos alumnos.
Colegio Oriental Siglo XXI	B/manga	Cll.32 No. 26 - 44 B. Antonia Santos	6454727	Lic. Rosalba Lara Tamayo	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 10º y 11º, se les entregó volantes, y se diligenció el formato que se lleva.
Colegio Príncipe San Carlos	B/manga	Cll. 46 No. 36-30	6437251	Lic. Graciela Bautista Niño	DESCARTAR , se realizó la visita pero el colegio ya maneja el PREICFES con el grupo Helmer Pardo.
Colegio Santa María Maggiore	B/manga	Cll. 18 No. 24 - 55 B. San Francisco	6328788	Lic. María Nubia Dulcey Caballero	DESCARTAR , la dirección del colegio no es la real, ellos se trasladaron.
Técnico Empresarial Jose María Estévez	B/manga	Cra. 5 No. 13-95 B. San Miguel	6427106	Lic. Carmenza Moreno de Aguillon	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 10º y 11º, se les entregó volantes, y se diligenció el formato que se lleva.
Institución Educativa Campo Hermoso	B/manga	Cra. 9 Occ.49 No.44	6702546	Lic. Dulcelina Barrera	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 10º y 11º, se les entregó volantes, y se diligenció el formato que se lleva.
Institución Educativa Gustavo Cote Uribe	B/manga	Cra.5 No. 15d - 23 Norte	6732742	Lic. Marlene Mercedes Díaz Oñate	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los estudiantes de grados 10º y 11º, se les entregó volantes, y se diligenció el formato que se lleva.
Instituto Santa María Micaela	B/manga	Cr. 27 a No. 42 - 68 B. Soto Mayor	6475859	Lic. Florelba García Gómez	DESCARTAR , el colegio ya tomó el curso con el grupo Helmer Pardo.
Instituto Técnico Municipal del Norte Rafael García Herreros	B/manga	Cr. 1 D No. N - 81 B. Minuto de Dios.	6404732	Lic. Martha Lucía Hernández Cubillos	DESCARTAR , se realizaron tres visitas, se habló con el psicólogo el señor Miguel Medina, se pasó la propuesta a la rectora pero ellos escogieron con otro curso de PREICFES.

Colegio Fernando de Aragón	B/manga	Cll. 17 No. 28-43	6346708	Lic. José Antonio Ardila	DESCARTAR , se habló con la señorita Lina, quien nos dijo que ellos manejan su propio curso de PREICFES.
Colegio Iberoamericano	B/manga	Cll. 18 No. 26 - 49 B. San Francisco	6453073	Lic. Jairo García	DESCARTAR , se realizó la visita y se habló con el Lic. Luís Alberto, quien nos dijo que el colegio tiene su propio curso PREICFES.
Instituto Santa Lucia	B/manga	Cll. 56 No. 34 - 31 B. Cabecera del Llano	6436220	Lic. Gladis Rubio Restrepo	SEGUIMIENTO , se habló con el señor Edil González, coordinador del colegio, permitiendo hacer la charla con los jóvenes de grados 10º y los que estudian semestralizado, se recogió base de datos.
Colegio Nuestra Señora del Perpetuo Socorro	B/manga	Cr. 17 No. 51 - 46 B. San Miguel	6424851 - 6301947	Lic. Luís Alberto Suárez Rojas	SEGUIMIENTO , se habló con la coordinadora Birmania, quien muy amablemente nos permitió hacer la charla con los jóvenes de grados 10º y 11º y con los jóvenes que están validando, se tomó base de datos.
Colegio Nuestra Señora de Fátima	B/manga	calle 42 N. 12-59	6520752	Mayor Jaime Alfredo Herrera	DESCARTAR , el colegio ya esta comprometido con el grupo educativo Helmer Pardo.
Colegio Adelina Cárdenas de Mendoza	B/manga	cr. 23 no. 36 - 73	6347593	Lic. Amira Gómez Villamizar.	SEGUIMIENTO , se hizo charla con la rectora, quedando interesada y se concreto cita con los padres de familia para el 12 de diciembre de 2008.
Institución Educativa la Juventud	B/manga	Cll. 5 No. 9A - 12 B. La Juventud	6731809	Lic. Jesús Alberto Perdomo	SEGUIMIENTO , se hizo la charla con los jóvenes de grados 10º y 11º.
Instituto Club Unión	B/manga	Cll. 3A No. 10 - 36 B. San Rafael	6719716	Lic. Edilma Rodríguez Carvajal	DESCARTAR , los jóvenes ya están inscritos con otro grupo, la coordinadora no quiso dar el nombre.

Instituto Colombo Venezolano - Cecove	B/manga	Cr. 22 No. 34 - 80 Centro	Cr. 22 No. 34 - 80 Centro	Lic. Blanca Yamile Parra Barragán	DESCARTAR , por orden de rectoría se descarto, ya que es un colegio de muy bajo nivel académico.
Instituto Santo Ángel	B/manga	Cll. 9n No. 18c-04 B. Villa Rosa	6401844	Lic. Elda Hernández	DESCARTAR , la coordinadora se mostró muy déspota y desinteresada en la información además dijo que no permitían el ingreso de personal ajeno a la institución.
Colegio José Acevedo y Gómez	B/manga		6303070		DESCARTAR , no esta instalado, no dan datos del colegio.
Instituto Fundesol	B/manga	Cll. 36 No.12-19, Ofic. 401			DESCARTAR , por orden de rectoría se descarto, ya que es un colegio de muy bajo nivel académico.
Colegio Andalucía	B/manga	Cll. 27 no. 28 - 37 B. Molinos	6385323	Lic. Graciela Escobar	SEGUIMIENTO , se habló con la señora Graciela, la rectora quien dice que hay que llevar la información en horas de la tarde para que ellos se la entreguen a los estudiantes. Porque no dejan entrar a personal ajeno a la institución.
Instituto Comunitario Minca	F/blanca	Cll. 107 No. 39-12 Zapamanga 1	6369687	Lic. Raúl Hallado Bayona	SEGUIMIENTO , se habló con la Coordinadora la señora Gloria Rodríguez, quien nos dio la autorización para hablar con los jóvenes de grados 10º y 11º.
Instituto Integrado San Bernardo	F/blanca	Cr. 41 No. 105 - 07 B. San Bernardo.	6814868	Lic. Luís Alberto Rondon Patiño	SEGUIMIENTO , se habló con la coordinadora la señora Esperanza, quien muy amablemente nos dio el espacio para la charla con los jóvenes de grado 10 y 11.

Colegio Luís Carlos Galán Sarmiento Sur	P/cuesta	Diag 14 N 11-72 B. Nueva Candelaria	6564575	Lic. Miguel Ortiz Villamizar	SEGUIMIENTO , se realizó la charla con los jóvenes, los cuales quedaron con gran expectativa sobre los cursos y su sistema.
Instituto Promoción Social del Norte	B/manga	Cr. 22B No. 1N - 61 B. San Cristóbal	6404510 - 6836261	Lic. Arnulfo Antonio Carvajal Tarazona	SEGUIMIENTO , se habló con la señora Inés, coordinadora, quien muy amablemente nos permitió hablar con los jóvenes de los grados 10º y 11º, se les dio volantes y diligenciaron el formato de la base de datos.
Escuela Normal Superior de Piedecuesta	P/cuesta	Cr. 15 No. 4 - 43 B. San Cristóbal	6550393 ext. 116 ext. 103	Lic. Elías Cediél Uribe	DESCARTAR , se habló con la coordinadora quien nos dice que los jóvenes ya tomaron el curso con otro grupo, el cual no nos dio el nombre y que iniciaban el sábado 7 de marzo.
Municipal Carlos Vicente Rey	B/manga	kr. 19 no. 2 - 30 San Francisco	6550102	Lic. María Hilda Palomino Castellanos	DESCARTAR , se ha buscado en varias oportunidades la dirección del colegio pero no se ha podido obtener resultado alguno.
Colegio Camino a Emaus	B/manga	Cr. 22 No. 11-36	6315828	Lic. María Edith Sanabria de Suárez	DESCARTAR , ellos ya tomaron el curso con un grupo diferente. El colegio le corresponde al jefe de Administración de Empresas, Dra. Martha Lenis.
Colegio Metropolitano del sur	F/blanca	Avenida 33 No. 117-100	6392208	Lic. Eduardo Casanova González	SEGUIMIENTO , se hizo la charla con los jóvenes de grados 10º y 11º.
Colegio Federico Ozanam	B/manga	Cll. 108 No. 23b - 04 B. Provenza	6361141	Lic. Miriam Mantilla Duarte	DESCARTAR , por orden de la Ing. Astrid, que dice el colegio le corresponde a la jefe de Administración de Empresas, la Dra. Martha Lenis.
Institución Educativa Provenza	B/manga	Cr. 23 No. 123 - 07 B. Provenza	65455778	Lic. María Encarnación Orduz de Guarín	DESCARTAR , por orden de la Ing. Astrid.

Instituto Politécnico	B/manga	Av. Calle de los Estudiantes	6444874	Lic. Gilma Ramírez Carvajal	DESCARTAR , por orden de la Ing. Astrid, que dice el colegio le corresponde al jefe de Diseño Gráfico.
Luís Carlos Galán Sarmiento Sur	P/cuesta	Diag. 14 N 11-72	6564575	Lic. Miguel Ortiz Villamizar	SEGUIMIENTO , se hizo charla con los jóvenes de grados 10 y 11, se les dio volantes y la información.
Nuestra Señora del Tránsito / Gimnasio Manuela Beltrán	B/manga	Cll.37 No. 11 - 58 B. García Rovira	6306060	Lic. Álvaro Domínguez	DESCARTAR , se habló con el rector, quien nos dijo que el colegio tenía su propio icfes.
Liceo Rey David	B/manga	B. Colorados	6738796		DESCARTAR , por orden de rectoría se descartó, ya que es un colegio de muy bajo nivel académico.
Colegio Metropolitano del Sur	F/blanca	F/blanca	6392208	Lic. Eduardo Casanova	SEGUIMIENTO , se hizo charla con los jóvenes de grados 10 y 11, se les dio volantes y la información.

ANEXO 5.

FORMATO COLEGIOS

	Código: PM-CA01-R10
	Versión: 1.0
FORMATO DE RECOLECCION BASE DE DATOS VISITAS DE COLEGIOS	Fecha: 28/10/2008
	Página 1 de 1

Agradecemos que su información sea correcta

Fecha: _____

Colegio: _____ Municipio: _____ Jornada _____ Grupo _____

Nombres y Apellidos: _____ CC ó TI: _____

Dirección Casa: _____ Barrio _____

Teléfono Casa: _____ Celular: _____ E-mail: _____

Nombre del Acudiente: _____ Celular Acudiente: _____ E-mail-Acudiente: _____

Programas Presenciales UDI

Administración de Empresas Comercio Exterior Criminalística Entrenamiento Deportivo y Preparación Física

Diseño Gráfico Ingeniería Electrónica Ingeniería Industrial Ingeniería de Sistemas

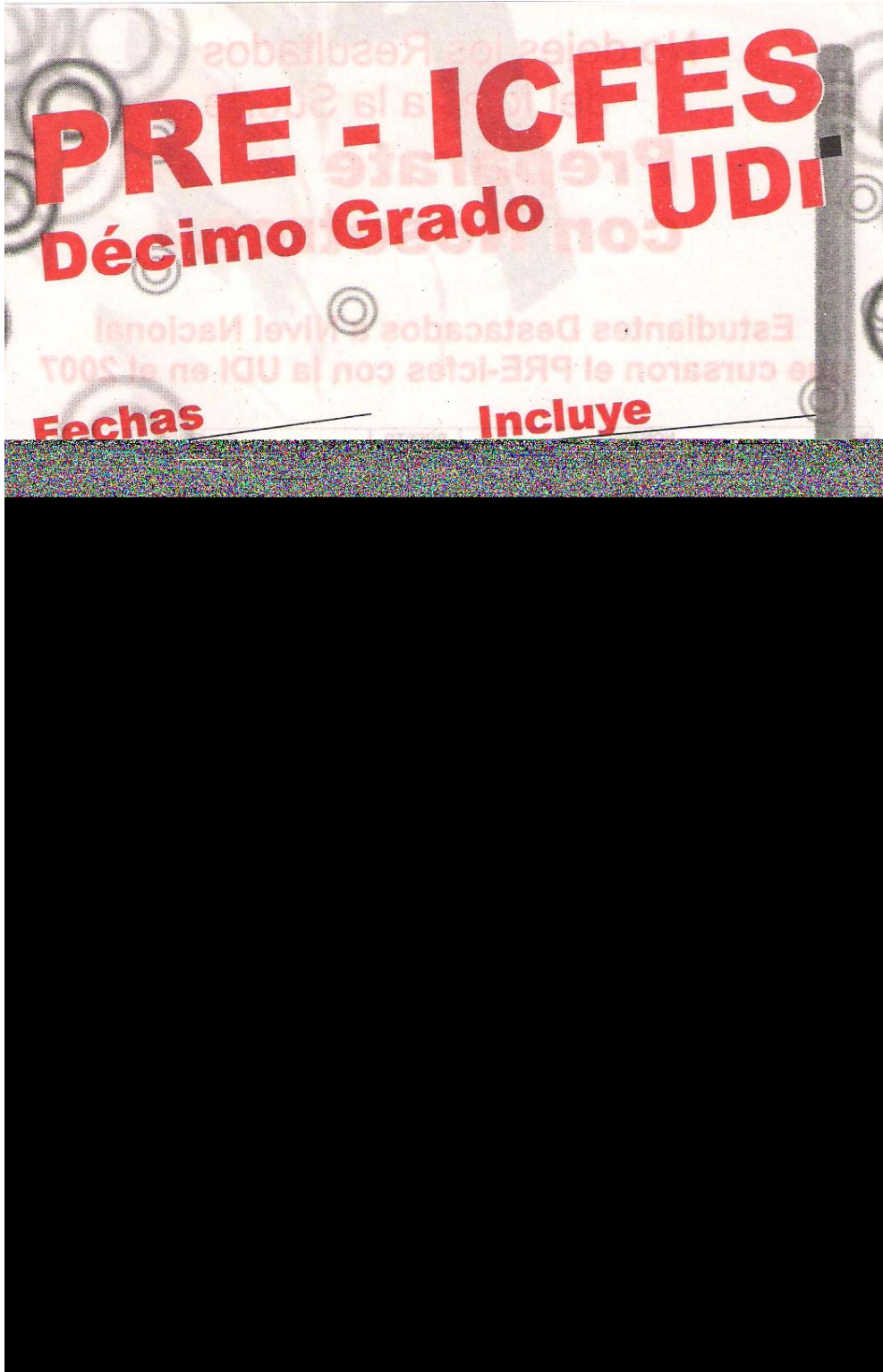
Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación

Programas a Distancia UDI

Tecnología en Gestión Empresarial Tecnología en Sistemas Tecnología en Hotelería y Turismo

Tecnología Contable y Tributaria Tecnología en Regencia de Farmacia

¿Otro programa diferente? _____ ¿En que Universidad? _____



No dejes los Resultados
del Icfes a la Suerte

Prepárate con Nosotros.

Estudiantes Destacados a Nivel Nacional
que cursaron el PRE-icfes con la UDI en el 2007

No.	NOMBRE	PUESTO	COLEGIO
1	GONZALEZ LISZCANO JAVIER ARMANDO	2	BALBINO GARCIA
2	MORA VERGEL ANDRES DAVID ALEJANDRO	7	JORGE ARDILA DUARTE
3	BOMERO PARADA LAURA MILENA	8	INST. EMPRESARIAL GABRIELA MISTRAL



No dejes los Resultados
del Icfes a la Suerte

Prepárate



PRE - ICFES UDI

Fechas

Inicio: Marzo 14 de 2009
Terminación: Agosto 22 de 2009
Horario: Sábados de 7:30 am a 12:15pm
ó de 1:30pm a 6:15pm

Incluye

- 113 horas
- 2 simulacros escritos
- 1 simulacro interactivo por medio del computador
- Material didáctico virtual
- Acceso a Servicios UDI como: (biblioteca Virtual, Sala Cibernauta)

Requisitos

- 1 foto 3 x 4
- Fotocopia del documento de identidad

Informes e inscripciones

Bucaramanga
Calle 9 No 23-55 PBX 6352525
Oficina de Comunicaciones y
Atención al Estudiante
Tel: 6328811 - 6344520

Barrancabermeja
Calle 48 No. 14-61
Tel (7) 6222863 -6202638
Fax (7) 6202639

San Gil
Carrera 9 No. 10-40
Tel (7) 7242224

CERES - Charalá
Cra. 17 No. 24-69
Tel. 7258727

Facilidades de pago



www.udi.edu.co

Has parte de la UDI

10º

FECHAS: Inicio Mayo 09 de 2009

Finalización: Septiembre 12 de 2009

Horarios: Sábados de 7:30 a.m. – 12:15 m.

ó de 1:30 p.m. _ 6:15 p.m.



Incluye:

- 78 horas
- 1 Simulacro escrito
- 1 Simulacro interactivo
- Acceso a ciertos servicios UDI.

FACILIDADES DE PAGO.

www.udi.edu.co

Cursos PREICFES, diseñados para jóvenes.

Requisitos

-
- 1 foto a color 3 por 4
- Fotocopia del documento de identidad.

Informes e inscripciones:

•Bucaramanga
Calle 9 No. 23 – 55 PBX: 6352525
Oficina de Comunicaciones y Atención
al Estudiante.

•Barrancabermeja
Cll. 48 No. 14 – 61
TEL (7) 6222863 – 6202638
Fax (7) 6202639

•San Gil
Crr. 9 No. 10 – 40
TEL: (7) 6202639

• Ceres – Charalá
Cra. 17 No. 24 – 69
TEL. 7258727



P
R
E
E
I
C
E
S
1
0

Estamos para servirle!!

Contágate por la emoción de saber cómo es la vida universitaria.

SOLO LO ENCUENTRAS EN LA UDI

FECHAS: Inicio: de clases 14 de marzo
Terminación: Agosto 22

Horario: Sábados de 7:30 a.m. a 12:15 m.
ó de 1:30 p.m. a 6:15 p.m.

El curso incluye: 113 horas

- 2 Simulacros escritos
- 1 Simulacro interactivo
- Acceso a ciertos servicios de la UDI.

FACILIDAD DE PAGO.

11°



REQUISITOS

- * 1 foto a color 3 por 4
- * Fotocopia del documento de identidad.

Informes e inscripciones:

- Bucaramanga
Calle 9 No. 23 – 55 PBX: 6352525
Oficina de Comunicaciones y Atención al Estudiante.
- Barrancabermeja
Cll. 48 No. 14 – 61
TEL (7) 6222863 – 6202638
Fax (7) 6202639
- San Gil
Crr. 9 No. 10 – 40
TEL: (7) 6202639
- Ceres – Charalá
Cra. 17 No. 24 – 69
TEL. 7258727



Estamos para servirle!!

ANEXO 8.

MEMO ESKANLINE

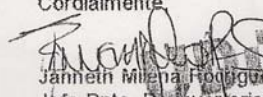
1398

Comunicación Interna # 009 - 0183

Para: Astrid Cardenas/Jefe Dpto. de Comunicaciones
De: Janneth Milena Rodríguez Solano – Jefe Dpto. Inventarios
Fecha: Marzo 25 De 2008
Asunto: Entrega Skanline

A la fecha se hace préstamo del Skanline para el evento que se realizara el día de hoy en el Colegio Salesiano en horas de la tarde.

Cordialmente


Janneth Milena Rodríguez Solano
Jefe Dpto. De Inventarios

Cooperación
UNIVERSITARIA
DE INVESTIGACIÓN
DE CONTROL

R/Astrid Y.
Mar 25/09
2:10pm

COMUNICACIÓN INTERNA

PARA: RECTOR
DE: JEFE OFICINA DE COMUNICACIONES
ASUNTO: SOLICITUD SKANLYNE
CHA: MARZO 24 DE 2009.

De manera atenta me permito solicitar su autorización para llevar al Colegio Salesiano el día miércoles 25 de marzo de 2009, en el horario de 3 a 6 p.m., el skanlyne para el evento cultural que se realizarán en la jornada de la tarde con al Emisora La Mega.

Atentamente,


ASTRID VICTORIA CARDENAS CH.
Jefe Oficina de Comunicaciones



JVPD
Marzo 20 25 de 2009
Hora 2:40 PM

Nota: Esta autorización fue realizada telefónicamente por el señor Rector -
Dr. Jairo Castro Castro - a las 3pm - Marzo 24/09. Astrid Y.
Hora entrada 5:58 PM RECIBE Doris

ANEXO 9. DIRECTORIO COLEGIOS

DIRECTORIO COLEGIOS DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA / 2008

N°	COLEGIO	CATEG	JORNADA	ESTRATO	TELEFONO	RECTOR (A)	CONTACTO	CARGO
1	LA MERCED	MUY SUPERIOR	MAÑANA	4,5	6477041	HERMANA CLAUDIA PATRICIA CHAUX ROJAS	MARÍA ANDREA RODRÍGUEZ	PSICO-ORIENTADORA
2	SAN PEDRO CLAVER	MUY SUPERIOR	MAÑANA	4,5	6432323	PADRE GERARDO PUERTO	PADRE GERARDO PUERTO	RECTOR
3	INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO	MUY SUPERIOR	COMPLETA	1,2,3	6443890/443837/414531	LC. PLINIO PINZÓN ALBARRACIN	BERNARDA PICO DE GEREDA	COORDINADORA
4	INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR DAMASO ZAPATA	MUY SUPERIOR	Mañana	1, 2, 3	6345147	LIC. MANUEL MOLANO	COORDINADOR LIC. ANTONIO AMADO	COORDINADORA
5	GIMNASIO SAN DIEGO	MUY SUPERIOR	MAÑANA	5	6386349	LIC. ORLANDO SAMPAYO GUTIÉRREZ	LIC. ORLANDO SAMPAYO GUTIÉRREZ	RECTOR
6	BILINGUE DIVINO NIÑO	MUY SUPERIOR	COMPLETA	5, 6	6373485 6370869	LUÍS ABELARDO MANTILLA SERRANO	PSIC. ALBA ROCIO VILLAMIZAR	PSICORIENTADORA
7	INSTITUTO CALDAS	MUY SUPERIOR	COMPLETA	4, 5, 6	6431143	LIC. CLAUDIA LUCÍA SALAZAR JAIMES	LUZ MARINA	COORDINADORA
8	DE LA SANÍSIMA TRINIDAD	MUY SUPERIOR	MAÑANA	5, 6	6455874	HNA. MARÍA DEL PILAR GRUESO GONZÁLES	INGRID BARRIOS	COORDINADORA
9	INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO	MUY SUPERIOR	MAÑANA	1, 2, 3	6443837	LIC. PLINIO PINZON ALBARRACIN	EDY CARDENAS	COORDINADORA
10	NUEVO CAMBRIGDE	MUY SUPERIOR	COMPLETA	4,5,6	6386152	DR. JOSÉ SANDOVAL DUQUE	DR. JOSÉ SANDOVAL DUQUE	RECTOR

11	PANAMERICANO	MUY SUPERIOR	MAÑANA	3,4	6386213	LIC. STIVEN DESROCHES	JOHAMA ALJURI	SECRETARIA
12	FUNDACIÓN UIS	MUY SUPERIOR	MAÑANA	4,5	6799035	LIC. DORIS SARMIENTO DE GAMBOA	MANUEL REY	AUXILIAR DE SECRETARIA
13	INSTITUTO SANTA TERESITA	MUY SUPERIOR	MAÑANA	4	6345081	LIC. MARÍA HELENA SUÁREZ RÍOS	ESPERANZA PARADA	COORDINADORA
14	ASPAEN GIMNASIO CANTILLANA	MUY SUPERIOR	COMPLETA	5,6	6799044- 6799045- 6392454	NO ESTA INSTALADO EL TELEFONO		
15	LA QUINTA DEL PUENTE	MUY SUPERIOR	COMPLETA	5,6	6481844	LIC. MATÍLDE GONZÁLEZ DE SALAZAR	LIC. MATILDE GONZÁLEZ DE SALAZAR	RECTOR
16	ASPAEN GIMNASIO SAUCARA	MUY SUPERIOR	COMPLETA	6	6398933	MAGISTER LIBARDO REYES DÍAZ	MAGISTER LIBARDO REYES DÍAZ	RECTOR
17	GIMNASIO PIEDEMONTE	MUY SUPERIOR	COMPLETA	5, 6	6369151	GLORIA ELSA MANTILLA BAEZ	JUAN CARLOS GONZÁLEZ	COORDINADORA
18	DEL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS	MUY SUPERIOR	MAÑANA	4, 5, 6	6719943	HERMANA ROSAURA VARGAS MENDOZA	CLAUDIA PATRICIA COTE	PSICOLOGA
19	LA SALLE	MUY SUPERIOR	MAÑANA	5, 6	6471466	HERMANO HECTOR GABRIEL ESPITIA ABRIL	HERMANO HECTOR GABRIEL ESPITIA ABRIL	RECTOR
20	COOPERATIVO COMFENALCO	SUPERIOR	MAÑANA	3,4,5	6457189	LIC. MARTHA CECILIA SEPÚLVEDA	LIC. ALIX BUENO	COORDINADORA
21	ESCUELA NORMAL SUPERIOR	SUPERIOR	MAÑANA	2,3,4	6359171	LIC. PIEDAD SANTOS GÓMEZ	LIC. LILIAM LIZCANO	COORDINADORA
22	VIRREY SOLIS	SUPERIOR	MAÑANA	4,5	6550652	FRAY RODOMIRO PÁJARO ROMERO	LIC. CARLOS SALCEDO	COORDINADORA
23	REINA DE LA PAZ	SUPERIOR	TARDE	4,5	6386104	MADRE TERESA RAMÍREZ GELVEZ	CLARA LUCÍA RODRÍGUEZ	PSICO-ORIENTADORA
24	GONZÁLO JIMÉNEZ NAVAS	SUPERIOR	MAÑANA	1,2	6581436	LIC. JOSÉ DE JESÚS LAZARO CARDENAS	LIC. ANTONIO MARÍA CAÑAS	COORDINADORA
25	JUÁN JOSÉ RONDON	SUPERIOR	MAÑANA	2,3	6559471	LIC. FABIOLA LÓPEZ	LIC. FABIOLA LÓPEZ	RECTORA

26	AGUSTINIANO	SUPERIOR	COMPLETA	4,5,6	6386250	PADRE WILLIAM HINCAPIE VELASQUEZ	DRA. SANDRA FUENTES	PSICOLOGA
27	NUESTRA SEÑORA DEL PILAR	SUPERIOR	MAÑANA	1,2,3	6445665	LC MIRIAM GÓMEZ DE MEJÍA	SRA FRANCELINA DE PATIÑO	COORDINADORA
29	SANTA ANA	SUPERIOR	MAÑANA	4,5	6375680-6372134	HERMANA ANA TILIA FLÓREZ PÁEZ	YANETH ROCIO ORDOÑEZ	PSICO-ORIENTADORA
30	PSICOPEDAGOGICO CARLS ROGERS	SUPERIOR	MAÑANA	4,5	6452806	MARÍA NELLY LUGO GALINDO	ANA MARÍA MARTÍNEZ	PSICOLOGA
31	SALESIANO SAN JUAN BOSCO	SUPERIOR	COMPLETA	1,2,3	6424103	PADRE GERMÁN ROMERO CIFUENTES	LUZ MARINA BARRERA	PSICO-ORIENTADORA
32	INSTITUTO BOLIVARIANO	SUPERIOR	MAÑANA	2,3	6707226	NEPOMUCENO URIBE CARREÑO	ESPERANZA URIBE	COORDINADORA
33	INSTITUTO GABRIELA MISTRAL	SUPERIOR	Mañana	2, 3	6471466		COORDINADORA LIC. CECILIA LEON	COORDINADORA
34	DEPARTAMENTAL SAN JUAN DE GIRÓN	SUPERIOR	Mañana	1,2,3	6811144	HNA. MARGARITA CRUZ LOZANO	COORDINADOR LIC. CLAUDIO	COORDINADORA
36	COOPROFESORES	SUPERIOR	Mañana	3,4	6361306	LIC. ALBA LEONOR CAMACHO	COORDINADOR GILBERTO BONILLA	COORDINADORA
37	SANTA MARÍA GORRETI	SUPERIOR	MAÑANA	2,3	6444838	LIC. LUZ MIREYA HERRERA	LIC LUZ MIREYA HERRERA	RECTORA
38	SAN PATRICIO	SUPERIOR	COMPLETA	4,5,6	6391515	LIC. JACKELINE MARÍN INFANTE	LIC JACKELINE MARIN INFANTE	RECTORA
39	COL. NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO	SUPERIOR	MAÑANA	5,6	6750609	HMNA. SOR NORA YOLANDA RODRÍGUEZ GÓMEZ	HNA SOR NORA YOLANDA RODRÍGUEZ GÓMEZ	RECTORA
40	CENTRO EDUCATIVO CAJASAN	SUPERIOR	TARDE	3, 4	6434444 Ext.: 4535	DR. NESTOR SERRANO	DR. NESTOR SERRANO	RECTOR
41	LIBERTAD	SUPERIOR	MAÑANA	3, 4		LIC. HUGO ESTUPIÑAN	LIC. HUGO ESTUPIÑAN	RECTOR
42	CAMPESTRE GOYAVIER	SUPERIOR	COMPLETA		6393535	LIC. MAURICIO OVIEDO VARON	LIC. MAURICIO OVIEDO VARON	RECTOR

43	INSTITUTO SAN JOSÉ DE LA SALLE	SUPERIOR	COMPLETA	2, 3	6471751	LIC. VICTORIA SANTOS RUEDA	LIC. VICTORIA SANTOS RUEDA	RECTORA
44	CORPORACIÓN DE SANTANDER CORSAN	SUPERIOR	MAÑANA	2, 3	6479163	NO ESTA INSTALADO EL TELEFONO		
45	INTEGRADO JORGE ISAAC	ALTO	MAÑANA	2,3,4	6363300	LIC. HERNEY ISABEL SALCEDO	LIC. HERNEY ISABEL SALCEDO	RECTORA
46	JORGE ARDILA DUARTE	ALTO	MAÑANA	2,3,4	6574570	LIC. RAQUEL GÓMEZ MARTÍNEZ	LIC. DORIS MARTÍNEZ	COORDINADORA
47	INSTITUTO POLITÉCNICO	ALTO	MAÑANA	2,3,	6444274	LIC. GILMA RAMÍREZ CARVAJAL	LIC. MARTHA GARCÍA	PSICO-ORIENTADORA
48	DEPARTAMENTAL VICENTE AZUERO	ALTO	MAÑANA	1,2,3	6483787	LIC. JOSEU ORLANDO VILLAMIZAR	LIC. GLADYS ALVAREZ CARRILLO	COORDINADORA
49	INSTITUTO GABRIEL GARCÍA MARQUEZ	ALTO	MAÑANA	1,2,3	6484324	LIC. PABLO ROQUE REYES	LIC. PABLO ROQUE REYES	RECTOR
50	SANTA ISABEL DE HUNGRIA	ALTO	MAÑANA	1,2,3	6391513	LIC. NUBIA CARRILLO	YAZMIN TRIANA	PSICO-ORIENTADORA
51	SEMINARIO CONCILIAR SAN PIO X	ALTO	MAÑANA	3,4	6482604	PADRE NELSON GÓMEZ	PADRE NELSON GÓMEZ	RECTOR
52	INSTITUTO PEDAGOGICO CRECER Y CONSTRUIR	ALTO	MAÑANA	2,3	6554405	LIC. RUBIELA RAMÍREZ MÉNDEZ	LIC. JORGE ARMANDO CACERES	COORDINADORA
53	JUAN CRISTOBAL MARTÍNEZ	ALTO	MAÑANA	1,2,3	6598618	LIC. BLANCO NURY ESTEBAN CAICEDO	LIC. CANSIO EMILIO CACERES	COORDINADORA
54	ESCUELA NORMAL SUPERIOR	ALTO	MAÑANA	1,2,3,	6550393 Ext. 116	LIC. ELIAS CEDIEL URIBE	CLAUDIA CABALLERO	COORDINADORA

55	PSICOPEDAGOGICO CESLESTIN FERNET	ALTO	MAÑANA	2,3	6554991	LIC. ORLANDO CHAPARRO	LIC. ORLANDO CHAPARRO	RECTORA
56	INEM	ALTO	COMPLETA	1,2,3	6361411	LC. ARGEMIRA CORZO DE CAMACHO	LC. ELIZABETH LOZANO	CONSEJERA
57	ÁNDRES PÁEZ DE SOTOMAYOR	ALTO	MAÑANA	1,2,3	6704705	LIC. JOSÉ JOAQUÍN CLAROS MENDEZ	FABIO JESÚS MEJÍA	COORDINADORA
58	JUAN JOSÉ RONDON	ALTO	MAÑANA					
59	CENTRO EDUCATIVO LAS AMERICAS	ALTO	MAÑANA	2,3	6340088	LIC. JORGE GABRIEL VERA RIAÑO	LUCY ORTIZ	PSICO- ORIENTADORA
60	LA PRESENTACIÓN	ALTO	MAÑANA	4,5	6437253-6437254	HNA. FANNY ARAUJO GONZÁLEZ	ANIBAL BARAJAS	COORDINADORA
61	INTEGRADO NUESTRA SEÑORA DEL DIVINO AMOR	ALTO	Mañana	3, 4	6449178	MADRE CELESTINA POMPEO	COORDINADORA ANGELA PANQUEVA	COORDINADORA
62	DE LA PRESENTACIÓN	ALTO	Mañana	2,3	6550219	HNA. ANABEL JAIMES BAUTISTA	COORDINADORA LIC. ISABEL PRINSE	COORDINADORA
63	COLOMBO ITALIANO	ALTO	Mañana	2,3	6449224	LIC. SERGIO NEIRA.	PSICLOGA MARÍA DEL PILAR	SPICOLOGA
64	NUESTRA SRA. DE FÁTIMA	ALTO	Mañana	2,3	6520752	MAYOR JAIME ALFREDO HERRERA	SPICOLOGA DR SANDRA PATRICIA BONILLA	SPICOLOGA
65	NIÑO JESÚS DE PRAGA	ALTO	Mañana	3,4	6466834	LIC. JOSÉ ALFREDO VEGA	RECTOR LIC. JOSÉ ALFREDO VEGA	RECTORA

66	SAN JUAN BOSCO	ALTO	Mañana	3,4	6531894	LIC. NILLY JOANNI MATEUS ORDUÑA	RECTORA NILLY JOANNIT MATEUS ORDUÑA	RECTORA
67	INTEGRADO SAN JOSÉ	ALTO	Mañana	3,4	6489207	LIC. OLGA PATRICIA BECERRA	CORDINADOR LIC. FRIZ ARIZA	COORDINADORA
68	CARLOS VICENTE REY	ALTO	MAÑANA	2,3	6550102	LIC. MARÍA HILDA PALOMINO CASTELLANOS	LIC JUAN DE DIOS ORTIZ	COORDINADOR
69	SAN VICENTE FERRER	ALTO	MAÑANA	2,3	6718347	LIC. ROSA DE PARADA	LIC ROSA DE PARADA	RECTORA
70	AURELIO MARTÍNEZ MUTIS	ALTO	MAÑANA	2,3	6419999	LIC. JAIME HUGO PULIDO	LIC JAIME HUGO PULIDO	RECTOR
71	GIMNASIO SUPERIOR	ALTO	COMPLETA	3,4	6472971	LIC. LUÍS HERNADO VILLAMIL	LIC JORGE GARCÍA	COORDINADORA
72	GENERAL MILITAR SANTANDER	ALTO	MAÑANA	3,4	6323587	ING. ALEJANDRO PARRA PARRA	LIC JESÚS RANGEL	COORDINADORA
73	VIJAGUAL	ALTO	TARDE	1,2	6305178	LIC. ELIECER ZARATE	LIC. DORA VIVIANA SOLANO	RECTORA
74	PSICOPEDAGOGICO CELESTIN FREINET	ALTO	COMPLETA	3,4	6559453	LIC. ORLANDO CHAPARRO RUEDA	LILIANA ALVAREZ	DIRECTORA ADMON
75	MARÍA AUXILIADORA	ALTO	MAÑANA	2, 3	6422459 6525518	LIC. LUÍS GILBERTO DÍAZ BARAJAS	LUÍS GILBERTO DÍAZ BARAJAS	RECTOR
76	AMERICANO	ALTO	MAÑANA	2, 3	6711910	NORBERTO TORRES MENESES		PSICO - ORIENTADORA
77	INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSÉ CELESTINO MUTIS	ALTO	COMPLETA	2, 3	6449361	ESPERANZA TOLOZA LEÓN	ESPERANZA TOLOZA LEÓN	RECTOR
78	SANTA TERESITA DEL NIÑO JESÚS	ALTO	MAÑANA	3, 4	6356505- 6450034	MG. MARÍA BRICEYDA GUTIÉRREZ ARENAS	MG. MARÍA BRICEYDA GUTIÉRREZ ARENAS	RECTORA

79	PRÍNCIPE DE ASTURIAS	ALTO	TARDE	6	6352228	LIC. JAIME BERNAL CASTILLO	CECILIA TORRES RUEDA	RECTORA
80	SALESIANO SAN JUAN BOSCO	ALTO	TARDE	1, 2	6424103 6700813	PADRE GERMÁN ROMERO CIFUENTES	BLANCA CORZO	SECRETARIA
81	SEMILLERO DOS MIL	ALTO	COMPLETA	1,2	6819542	LIC. HECTOR RUEDA	MELISA NIEVES	SECRETARIA
82	CAMPESTRE BOCORE	ALTO	COMPLETA		6544770	NO CONTESTAN		
83	SAN FRANCISCO DE ASIS	MEDIO	MAÑANA	2,3	6308448	LIC. JORGE ANIBAL ORTÍZ	LIC. ANAYIBE HERRERA JAIMES	COORDINADORA
84	TÉCNICO EMPRESARIAL JOSÉ MARÍA ESTÉVEZ	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6427106	LIC. CARMENZA MORENO DE AGULLON	LIC. OTILIA ORTIZ RANGEL	COORDINADORA
85	INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAMACHO CARREÑO	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6429372	LIC. FANNY ARCHILA QUIJANO	LIC. SARA SANTARIN GALLARDO	COORDINADORA
86	CENTRO EDUCATIVO ORIENTE MIRAFLÓREZ	MEDIO	MAÑANA	1,2	6329111	LIC. YONLANDA FLÓREZ SERRANO	LIC. ALBERTO ACEVEDO	COORDINADOR
87	FEDERICO OZAMAN	MEDIO	MAÑANA	3,4	6361141	LIC. MIRYAM MANTILLA DUARTE	LIC. JAIME DUARTE	COORDINADOR
88	INSTITUCIÓN EDUCATIVA PROVENZA	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6455778	LIC. MARÍA ENCARNACIÓN ORDUZ DE GUARÍN	LIC. MARÍA ENCARNACIÓN ORDUZ	RECTORA
89	CENTRO PILOTO SIMÓN BOLIVAR	MEDIO	MAÑANA	1,2	bb	LIC. ANA MARÍA PINTO LOSANO	LIC. LUZ AMPARO REAL CORREA	PSICO-ORIENTADORA
90	DEPARTAMENTAL VICENTE AZUERO	MEDIO	TARDE	1,2,3	6483787	LIC. JOSUE ORLANDO VILLAMIZAR	LIC. ELAUTERIO GÓMEZ ALMEIDA	COORDINADOR
91	INSTITUTO JOSÉ ANTONIO GALÁN	MEDIO	MAÑANA	1,2	6815940	LIC. MIGUEL ORTÍZ VILLAMIZAR	LIC. MIGUEL ORTIZ VILLAMIZAR	RECTOR
92	TÉCNICO COMERCIAL YAREGUI	MEDIO	MAÑANA	2,3	6367759	LIC. ESPERANZA CELIS QUINTERO	DEICY URIBE	PSICO-ORIENTADORA
93	INSTITUTO LA CUMBRE	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6584529	LIC. JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ	LIC. JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ	RECTOR
94	DEPARTAMENTAL BALBINO GARCÍA	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6550111	LIC. ELSA JAOMES CARVAJAL	LIC. GERARDO GÓMEZ	COORDINADOR

95	VICTOR FÉLIX GÓMEZ	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6564300	LIC. MARIO SEQUERA ALBARRACIN	LIC. MARIO SEQUERA ALBARRACIN	RECTOR
96	NIEVES CORTES PICON	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6467988	LIC. JAVIER QUECHO MOGOLLON	LIC. CESAR AUGUSTO MANTILLA BLANCO	COORDINADOR
97	JUAN CRISTOBAL MARTÍNEZ	MEDIO	TARDE	1,2,3	6598618	LIC. BLANCO NURY ESTEBAN CAICEDO	LIC. CANSIO EMILIO CACERES	COORDINADOR
98	DTAL. ROBERTO GARCÍA PEÑA	MEDIO	MAÑANA	1,2	6469610	LIC. FANNY SERRANO SERRANO	LIC. LUÍS JESÚS RODRÍGUEZ	RECTORA
100	INTEGRADO FRAY NEPOMUCENO RAMOS	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6188129	LIC. CARLOS OMAR RIATIGUA	LIC. CARLOS OMAR RIATIGUA	RECTOR
101	INSTITUTO TÉCNICO PROMOCIÓN SOCIAL	MEDIO	COMPLETA	1,2	6550300	LIC. DIOCELINA SANDOVAL DELGADO	LC. DIOCELINA SANDOVAL DELGADO	RECTORA
102	INSTITUTO EMPRESARIAL GABRIELA MISTRAL	MEDIO	MAÑANA	2,3,4	6750773	LIC. RODOLFO ELKIN BLANCO GARNICA	LC. AMPARO CEPEDA	COORDINADORA
103	MUNICIPAL METROPOLITANO DEL SUR	MEDIO	COMPLETA	1,2,	6392208	LIC. EDUARDO CASANOVA GONZÁLEZ	JESÚS SAAVEDRA	COORDINADOR
104	MAIPORE	MEDIO	COMPLETA	1,2	6402632	LIC. SAULO VICENTE VALDERRAMA AVILA	LUCERO GALVIS	COORDINADORA
105	DE SANTANDER	MEDIO	COMPLETA	1,2,3	6453422	DR. MANUEL JOSÉ REYES QUINTERO	MARÍA NUBIA REYEZ DE VARGAS	COORDINADORA
106	INSTITUTO EDUCATIVO PILOTO SIMÓN BOLIVAR	MEDIO	MAÑANA	1,2,3	6717109/6714527	LIC. ANA MARÍA PINTO	CLAUDIA	COORDINADORA
107	BUCARAMANGA	MEDIO	MAÑANA	2,3	6450039	LIC. YORGUEN PINZON FLÓREZ	LIC. YORGUEN PINZON FLÓREZ	RECTOR
108	ACOANDES	MEDIO	MAÑANA	2,3	6304956	LIC. LUZ MILA CAMACHO PINZON	SANDRA MILENA RINCON REMOLINA	COORDINADORA
109	INSTITUTO MADRE DEL BUEN CONSEJO	MEDIO	Tarde	1,2	6387015	LIC. CESAR ENRIQUE MENDOZA	COORDINADORA MARTHA LUCÍA MENDOZA	COORDINADORA

110	INTEGRADO NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES	MEDIO	Mañana	1,2,3	6566346	LIC. HNA. ALIRIA PEDRAZA	PSICÓLOGA DRA. ZAIDA ORTEGA	PSICÓLOGA
111	TEÉCNICO INDUSTRIAL JOSÉ ELIAS PUYANA	MEDIO	Mañana	1,2	6496795	LIC. HUGO HERNAN SERRANO	COORDINADORA LIC. ROSA EMILIA MORENO	COORDINADORA
112	INSTITUTO SANTA MARÍA MICAELA	MEDIO	Mañana	2,3	6475859	HNA. LUZ FANNY SERRANO	COORDINADORA LIC. FLOR ELBA GARCÍA	COORDINADORA
113	INSTITUTO ADVENTISTA LA LIBERTAD	MEDIO	Mañana	2, 3	6310536	LIC. MARIELA MONTAÑEZ DE ACEVEDO	PSICÓLOGA DRA. LEILA MARTÍNEZ	PSICÓLOGA
114	ISÍDRO CABALLERO	MEDIO	Mañana	2,3	6369333	LIC. LIMBERTO RODRÍGUEZ MANCHEGO	COORDINADOR HERNANDO ROSALES	COORDINADORA
116	CENTRO COMERCIO	MEDIO	Mañana	2,3	6542060	LIC. JESID JARAMILLO	RECTOR LIC. JESID JARAMILLO	RECTORA
117	HUMBERTO GÓMEZ NIGRINIS	MEDIO	TARDE	1,2,3	6557632	LIC. GLORIA CONSUELO ORDUZ VALENCIA	LIC. GERARDO RODRIGUEZ	COORDINADOR
118	LICEO SEÑOR DE LOS MILAGROS	MEDIO	COMPLETA	3,4	6467067	LIC. ELBA MENDOZA	LIC. ELVA MENDOZA	RECTORA
119	PENTECOSTAL	MEDIO	TARDE	2,3	6303970	LIC. DORIS CARVAJAL GALLO	LIC. PABLO ROCHA	COORDINADORA
120	SANTA MARÍA MAGGIORE	MEDIO	COMPLETA	2,3	6328788	LIC. MARÍA NUBIA DULCEI CABALLERO	LIC. MARÍA NUBIA DULCEI CABALLERO	RECTORA
121	MANUEL MURILLO TORO	MEDIO	MAÑANA	1,2	6572110	LIC. ALFONSO SABOGAL	LIC. ALFONSO SABOGA	RECTOR
122	TÉCNICO MICROEMPRESARIAL EL CARMEN	MEDIO	TARDE	2,3	6585108	LIC. PLINIO PINZÓN	LIC. JAIME VILLAMIZAR	DOCENTE DIRECTOR 11º
123	MUNICIPAL DEL NORTE RAFAEL GARCÍA HERREROS	MEDIO	MAÑANA	1,2	6404732	LIC. MARTHA LUCÍA HERNÁNDEZ	LIC MARTHA LUCIA HERNÁNDEZ	RECTORA

124	BOSTON	MEDIO	NOCHE	5,6	6478954	LIC. OSCAR PINZÓN	ADRIANA LAZCANO	SECRETARIA
125	CABECERA DEL LLANO	MEDIO	MAÑANA	2,3	6557486	LIC. ESPERANZA RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ	LIC. ESPERANZA RODRÍGUEZ	RECTORA
126	CAMPO HERMOSO	MEDIO	MAÑANA	2,3	6702546	LIC. DULCELINA BARRERA	LIC. DULCELINA BARRERA	RECTORA
127	DE NUESTRA SEÑORA DEL TRANSITO	MEDIO	MAÑANA	2, 3	6422543- 6334685	CARMEN LUCIA LAMUS BUSTAMANTE	CARMEN LUCIA LAMUS BUSTAMANTE	RECTORA
128	METROPOLITANO REAL DE MINAS	MEDIO	COMPLETA	3,4	6416037	BLANCA MAGNOLIA ARÉVALO PEÑA	BLANCA MAGNOLIA ARÉVALO PEÑA	RECTORA
129	LUÍS CARLOS GALÁN SARMIENTO	MEDIO	MAÑANA/TARDE	1,2,3	6416520	LIC. ORLANDO BECERRA GAMBOA	LIC. ORLANDO BECERRA GAMBOA	RECTOR
130	INTEGRADO LLANO GRANDE	MEDIO	MAÑANA	1,2		LIGIA AVELLANEDA	LIGIA AVELLANEDA	RECTORA
131	GIMNASIO NUEVA INGLATERRA	MEDIO	COMPLETA	5	6799970	LIC. OSCAR PINZÓN	LUZ MARINA GARCÍA	SECRETARIA
132	HARVARD	MEDIO	NOCHE	4, 5	6431864	LIC. MIGUEL ÁNGEL CASTAÑEDA	SARETH VILLAMIZAR	SECRETARIA
133	COOPERATIVO DE BUCARAMANGA	MEDIO	MAÑANA	2, 3	6337992 - 6423823	MARCO FIDEL HIGUERA SIERRA	MARCO FIDEL HIGUERA SIERRA	RECTOR
134	ORIENTAL SIGLO XXI	MEDIO	MAÑANA	2, 3	6454727	LIC. ROSALBA LARA TAMAYO	LAURA LOZADA	SECRETARIA

135	PRINCIPE SAN CARLOS	MEDIO	MAÑANA	4, 5	6437251	LIC. GRACIELA BAUTISTA NIÑO	ELKIN LEGISAMO	AUXILIAR DE SECRETARIA
136	SANTANDEREANO DE COMERCIO	MEDIO	MAÑANA	2, 3	6457870	NO ESTA INSTALADO		
137	INSTITUTO ANDINO	MEDIO	COMPLETA	2, 3	6422491	LIC. LUZ STELLA CHAUX CASTELLANO	AMALIA ROJAS	SECRETARIA
138	FUNDACIÓN ESPIRITA MANSIÓN DE PAZ	MEDIO	COMPLETA			NO APARECE EN LA PAGINAS AMARILLAS		
139	INSTITUCIÓN EDUCATIVA GUSTAVO COTE URIBE	MEDIO	COMPLETA	1,2	6732742	LIC. MARLENE MERCEDES DÍAZ OÑATE	ESPERANZA MORALES	SECRETARIA
140	INSTITUTO TÉCNICO AGROPECUARIO GUSTAVO DUARTE ALEMAN	MEDIO	MAÑANA	1,2	6500897	PEDRO JUAN CHONA RICO	PEDRO CAVIEDES GONZÁLEZ	COORDINADOR
141	FRANCISCO DE PAULA SANTANDER	BAJO	MAÑANA	1,2	6305749	LIC. MERCEDES SANDOVAL	LIC. MERCEDES SANDOVAL	RECTORA
142	INSTITUTO RAFAEL POMBO	BAJO	MAÑANA	1,2,3	6751060	LIC. HENRY PÉREZ	LIC. HENRY PÉREZ	RECTOR
143	INSEDI	BAJO	MAÑANA	3,4	6550995	LIC. VICTOR MANUEL SARMIENTO	LIC. VICTOR MANUEL SARMIENTO	RECTOR
144	INSTITUTO INTEGRADO FRANCISCO SERRANO MUÑOZ	BAJO	MAÑANA	1,2	6462833	LIC. RODRÍGO RANGEL	LIC. LUZ ELENA MORENO GONZÁLEZ	COORDINADORA

145	INSTITUTO INTEGRADO FRANCISCO SERRANO MUÑOZ	BAJO	TARDE	1,2	6462833	LIC. RODRÍGO RANGEL	LIC. VICTOR JULIO PABÓN	COORDINADORA
146	INTEGRADO FRAY NEPOMUCENO RAMOS	BAJO	TARDE	1,2,3	6188129	LIC. CARLOS OMAR RIATIGUA	LIC. LILIANA GONZÁLEZ	COORDINADORA
147	ANDALUCIA	BAJO	COMPLETA	3,4	6385323	SRA. GRACIELA ESCOBAR	SRA. GRACIELA ESCOBAR	RECTORA
148	CRISTIANO CAMINO A EMAUS	BAJO	MAÑANA	2,3	6315828	LUZ ESTELLA CHAUX CASTELLANOS	ROCIO LOZANO	COORDINADORA
149	INSTITUTO SANTO ÁNGEL	BAJO	TARDE	1,2	6401844	LIC. ELDA MARÍA HERNÁNDEZ	LIC. ELDA MARÍA HERNÁNDEZ	RECTORA
150	INSTITUTO DE PROMOCIÓN SOCIAL DEL NORTE	BAJO	COMPLETA	1,2	6404510	ARNULFO ANTONIO CARVAJAL TARAZONA	LIC. INES VILLAMIZAR	COORDINADORA
151	INSTITUTO EDUCATIVA FUNDACIÓN ESTRUCTURAL	BAJO	MAÑANA	1,2		NELCY LOZANO	SONIA SUÁREZ	COORDINADORA
152	INSTITUTO INTEGRAL NUEVA COLOMBIA	BAJO	Mañana	1,2	6567366	LIC. GLORIA PATIÑO	LIC. GLORIA PATIÑO	RECTORA
153	FUNDACIÓN ADELINA CARDENAS DE MENDOZA	BAJO	Mañana	2, 3	6347593	LIC. AMIRA GÓMEZ VILLAMIZAR	RECTORA LIC. AMIRA GÓMEZ VILLAMIZAR	RECTORA
154	INSTITUTO CLUB UNIÓN	BAJO	Mañana	1, 2	6719716	LIC. EDILA RODRÍGUEZ	LIC. EDILA RODRÍGUEZ	RECTORA

155	NUEVOS HORIZONTES	BAJO	Tarde	2,3	6823076	RECTORA LIC. FLORENTINA RINCÓN	RECTORA LIC. FLORENTINA RINCÓN	RECTORA
156	LUÍS CARLOS GALÁN SARMIENTO SUR	BAJO	Mañana	2,3	6564575	LIC. MIGUEL ORTÍZ VILLAMIZAR	COORDINADORA FANNY RINCÓN	COORDINADORA
157	JORGE ELIECER GAITAN	BAJO	Mañana	1,2	6719562	RECTOR LUÍS ALBERTO CASTELLANOS	COORDINADOR EVARISTO MEDRANO	COORDINADORA
158	NUEVOS HORIZONTES	BAJO	Mañana	2,3	6566217	RECTORA LIC. FLORENTINA RINCÓN	RECTORA LIC. FLORENTINA RINCÓN	RECTORA
159	FACUNDO NAVAS MANTILLA	BAJO	MAÑANA y TARDE	1,2	6822636	LIC. WILFRIDO RÍOS PALACIO	LIC. WILFRIDO RÍOS PALACIOS	RECTOR
160	INSTITUCIÓN EDUCATIVA IFE	BAJO	TARDE	1,2	6531050	LIC. CARMEN OLIVA VARGAS	LIC. CARMEN OLIVA VARGAS	RECTORA
161	JUAN DE DIOS ARIAS	BAJO	TARDE	1,2	3112272856	LIC. ROBIN ORTIZ	LIC. ROBIN ORTÍZ	COORDINADOR
162	INTEGRADO SANTA LUCÍA	BAJO	MAÑANA	4,5	6436220	LIC. EDIL GONZÁLEZ	MERY TORRADO	SECRETARIA
163	INTECOL	BAJO	COMPLETA	2,3	6473145	LIC. EMMA CAJICA GAMBOA	LIC. EMMA CAJICA GAMBOA	RECTORA
164	PORTUGAL	BAJO	TARDE	1,2	6503087	LIC. JOSÉ LÓPEZ	LIC. JOSÉ DE JESÚS ORTÍZ	RECTOR
165	PARROQUIAL SANTA LUCÍA	BAJO	TARDE	2,3	6390099	PADRE COSMO PEDAGNA	GILBERTO ARIZA	COORDINADOR

166	NUESTRA SEÑORA DEL PERPETUO SOCORRO	BAJO	MAÑANA	2, 3	6424851 6301947	LUÍS ALBERTO SUÁEZ ROJAS	LUÍS ALBERTO SUÁEZ ROJAS	RECTOR
167	INSTITUTO COMUNITARIO MINCA	BAJO	COMPLETA	2,3,4	6369687	LIC. RAÚL HALLADO BAYONA	LIC. RAÚL HALLADO BAYONA	RECTOR
169	ASED	BAJO	COMPLETA	2, 3	6345500	DR. JORGE ALBERTO DEHAQUIS MEJÍA	NORA DUARTE	SECRETARIA
170	CENTRO EDUCATIVO PAULO FREIRE	BAJO	NOCHE	2, 3	6832290	LIC. KIMBERLY CIFUENTES	FABIOLA MONCADA	SECRETARIA
171	DE ENSEÑANZA MEDIA ATENAS	BAJO	COMPLETA	2, 3		NO EXISTE		
172	FERNANDO DE ARAGON	BAJO	TARDE	2, 3	6346708	LIC. JOSÉ ANTONIO ARDILA	JENNY SERRANO	SECRETARIA
173	IBEROAMERICANO	BAJO	TARDE	2,3	6453073	LIC. JAIME GARCÉS	LIC. JAIME GARCÉS	RECTOR
174	SABIO CALDAS	BAJO	TARDE	2, 3		NO APARECE EN LA PAGINAS AMARILLAS		
175	SAGRADO CORAZÓN DE MARÍA	BAJO	COMPLETA	2, 3	6304852	NO ESTA INSTALADO		
176	SOTOMAYOR	BAJO	NOCHE	2, 3	6422491	LUZ STELLA CHAUX CASTELLANOS	LUZ STELLA CHAUX CASTELLANOS	RECTORA
177	UCC - SECCIÓN BACHILLERATO	BAJO	COMPLETA	2, 3	6325950	LIC. MELBA OLARTE	LIC. MELBA OLARTE	RECTORA

178	UNIVERSIDAD NACIONAL A DISTANCIA	BAJO	SABATINA-	2, 3	6358577	LIC. DORIS SUÁREZ	LIC. DORIS SUÁREZ	RECTORA
179	GIMNASIO CRISTO REY	BAJO	COMPLETA			NO APARECE EN LA PAGINAS AMARILLAS		
180	INSTITUCIÓN EDUCATIVA CAFÉ MADRID	BAJO	COMPLETA	1, 2	6401553	AIDA CONSUELO RAMÍREZ ROBAYO	AIDA CONSUELO RAMÍREZ ROBAYO	RECTORA
181	INSTITUCIÓN EDUCATIVA LA JUVENTUD	BAJO	COMPLETA	1, 2	6731809	JESÚS ALBERTO PERDOMO	JESÚS ALBERTO PERDOMO	RECTOR
182	INSTITUTO COLOMBO VENEZOLANO	BAJO	NOCHE	1, 2	6454100	LIC. BLANCA JAMILLE BARRAGÁN	LIC. BLANCA JAMILLE BARRAGÁN	RECTORA
183	INSTITUTO NACIONAL DE COMERCIO	BAJO	NOCHE	1, 2	6413514	LIC. PLIINIO PINZÓN	LIC. PLIINIO PINZÓN	RECTOR
184	INSTITUTO SANTO ÁNGEL	BAJO	TARDE	1,2	6401844	ELDA MARÍA HERNÁNDEZ	ELDA MARÍA HERNÁNDEZ	RECTORA
185	INSTITUTO SUPERIOR DE COMERCIO COLOMBIANO	BAJO	MAÑANA			NO APARECE EN LA PAGINAS AMARILLAS		
186	LICEO REY DAVID	BAJO	MAÑANA	2,3	6738796	LIC. JAKELINE LOZADA JIMÉNEZ	LIC. JAKELINE LOZADA JIMÉNEZ	RECTORA
187	CORPORACIÓN TÉCNICA CEDEFOC	BAJO	MAÑANA		6489417	NO CONTESTAN		
188	INSTITUTO DE EDUCACIÓN NO FORMAL EUSE	BAJO	NOCHE	1,2	6825315	DRA. ISBELIA PAEZ SILVA	DRA. ISBELIA PAEZ SILVA	RECTORA

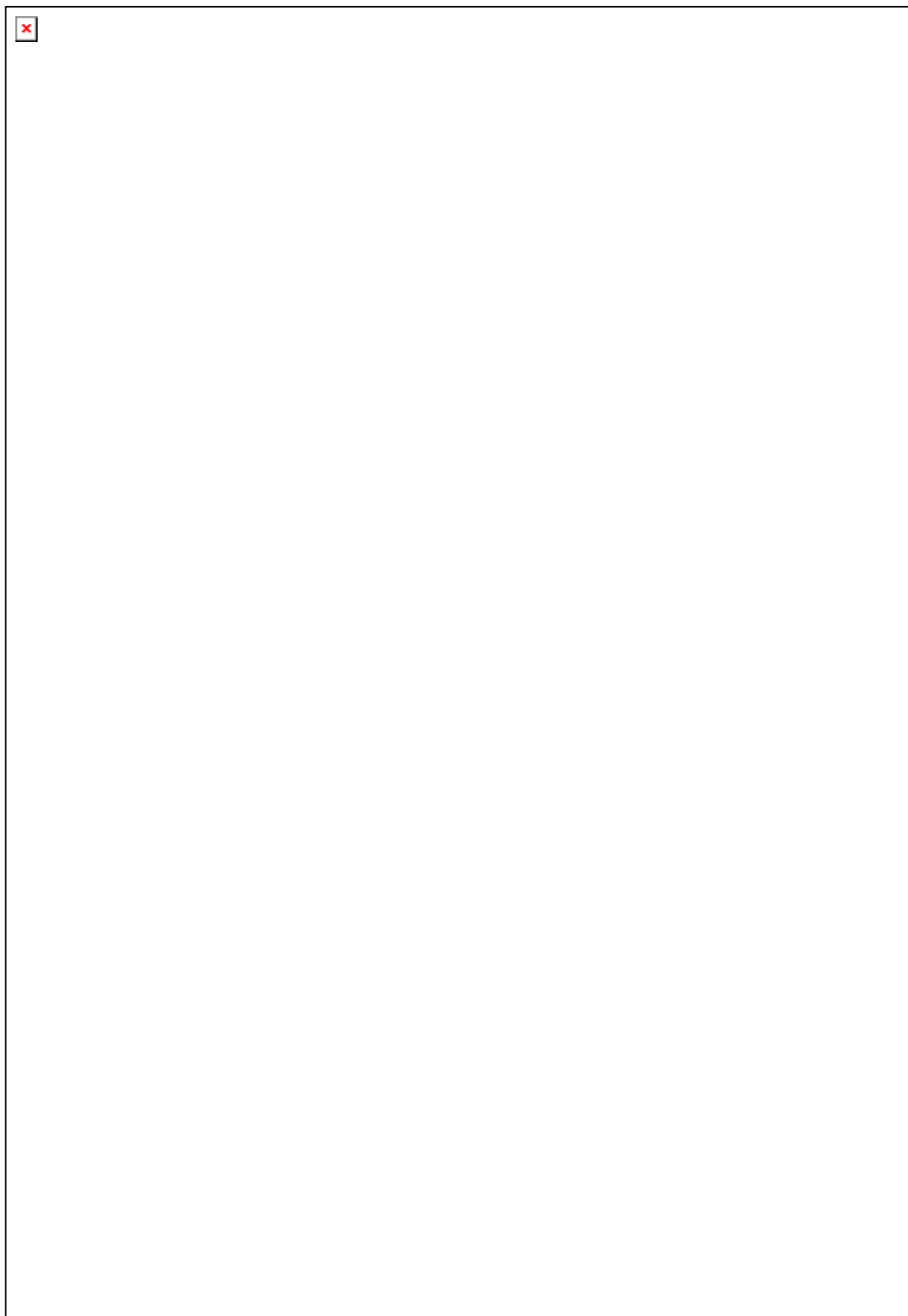
189	INSTITUTO INTEGRADO SAN BERNARDO	BAJO	TARDE		6814868		LIC. LUÍS ALBERTO RONDÓN PATIÑO	RECTOR
190	NUESTRO SEÑOR DE LA BUENA ESPERANZA	BAJO	COMPLETA			NO APARECE EN LA PAGINAS AMARILLAS		
191	INSTITUTO SANTANDEREANO DE EDUCACIOÓN INTEGRAL INSEDI	BAJO	COMPLETA	3,4	6550905	LIC. VÍCTOR MANUEL SARMIENTO	LIC. VÍCTOR MANUEL SARMIENTO	RECTOR
192	INSTITUTO VALLE DEL RÍO DE ORO	BAJO	MAÑANA			NO APARECE EN LA PAGINAS AMARILLAS		
193	JOSÉ IGNACIO ZABALA	INFERIOR	MAÑANA	2,3	6551434	LIC. MARÍA ISABEL ORDÚZ	LIC. MARÍA ISABEL ORDÚZ	RECTORA
194	DOMINGO SAVIO	INFERIOR	MAÑANA	2,3	6551176	LIC. NUBIA BECERRA	LIC. NUBIA BECERRA	RECTORA
195	COOPERATIVO JOSÉ ACEVEDO Y GÓMEZ	INFERIOR	MAÑANA		6303070	NO ESTA INSTALADO		
196	INSTITUTO FUNDESOL	INFERIOR	COMPLETA			NO APARECE EN LA PÁGINAS AMARILLAS		

CATEGORIA	No. Colegios
MUY SUPERIOR	19
SUPERIOR	24
ALTO	38
MEDIO	58
BAJO	52
INFERIOR	4
TOTAL	195

ANEXO 10. PENSUM EN TECNOLOGÍA DE ARCHIVO



ANEXO 11. PLEGABLE INSTITUCIONAL



Tecnologías Presenciales

- Tecnología en Sistemas
- Tecnología en Electrónica y Telecomunicaciones
- Tecnología en Diseño Gráfico
- Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación
- Tecnología en Multimedia

Carreras Universitarias

- Ingeniería de la Calidad y Metrología
- Ingeniería de Sistemas
- Diseño Gráfico
- Administración de Empresas
- Ingeniería Electrónica

Especializaciones

- Especialización en Alta Gerencia
- Especialización en Seguridad Informática
- Especialización en Docencia Universitaria
- Especialización en Telecomunicaciones

Tecnologías a Distancia


- Tecnología en Sistemas
- Tecnología en Gestión Empresarial
- Tecnología en Hotelería y Turismo
- Tecnología Contable y Tributaria
- Tecnología en Repencia de Farmacia

NUEVAS CARRERAS

- Entrenamiento Deportivo y Preparación Física
- Criminalística
- Ingeniería Industrial
- Comercio Exterior

Educación Continua

- Diplomados
- Seminarios
- Cursos
- Prejornadas para Decimo y Undécimo Grado



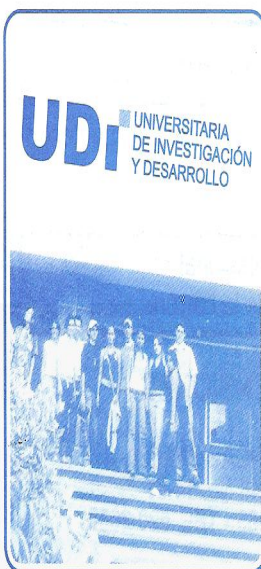
UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

ANEXO 12.

VOLANTE, INFORMACIÓN SOBRE COSTOS DE LAS CARRERAS

UDI UNIVERSITARIA
DE INVESTIGACIÓN
Y DESARROLLO

**Educación
de Calidad**



PBX: 6352525
Oficina de
Comunicaciones:
Tel. 6328811 6457212
Calle 9 No. 23 - 55
Bucaramanga

Valores de Matrículas Estratificados

Programas	Estrato 1-3	Estrato 4	Estrato 5-6
Ingeniería Industrial	\$ 1.396.000	\$ 1.638.000	\$ 1.890.000
Administración de Empresas	\$ 910.000	\$ 970.000	\$ 1.212.000
Ingeniería de Sistemas	\$ 910.000	\$ 970.000	\$ 1.212.000
Comercio Exterior	\$ 1.396.000	\$ 1.638.000	\$ 1.890.000

* Los valores estratificados de Administración de Empresas e Ingeniería de Sistemas se incrementan \$50.000 pesos en la jornada nocturna.

NOVIEMBRE 10 DE 2008

Ingeniería Electrónica	\$ 910.000
Diseño Gráfico	\$ 1.927.000
Ing. de la Calidad y Metrología	\$ 1.735.000
Criminalística	\$ 1.400.000
Entrenamiento Deportivo y Prep. Física	\$ 1.050.000
Tecnología en Multimedia	\$ 714.000
Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	\$ 714.000
Programas a Distancia	\$ 715.000

www.udi.edu.co

ANEXO 13.

ESTRATEGIAS DEL PLAN DE COMUNICACIONES

- Hacer difusión en los meses de enero, febrero y principios de marzo del año 2009 por radio, en emisoras como la mega o Tropicana, las cuales tienen gran acogida en los jóvenes de edades entre 14 a 18 años, edades en las que se encuentran los estudiantes de los grados a los que se pretende llegar.(10° y 11°).
- Pautar en un canal local, un comercial sobre la universidad y sus servicios, pues la televisión posee la ventaja de mostrar las imágenes y esto contribuirá a que el público al que se pretende llegar se motive.
- Realizar charlas en los colegios con el fin de difundir la información sobre los cursos PREICFES.
- Realizar jornadas de información en los colegios, montando un stand en los mismos, con el fin de dar información sobre los cursos PREICFES y las carreras de pregrado.
- Rediseñar el volante que se lleva a los colegios, pues este contiene mucha información y para los estudiantes se hace tedioso leer un volante con tanta información.

ANEXO 14.

SOPORTE RECIBIDO DE LAS CARTAS QUE SE ENTREGARON EN LOS COLEGIOS

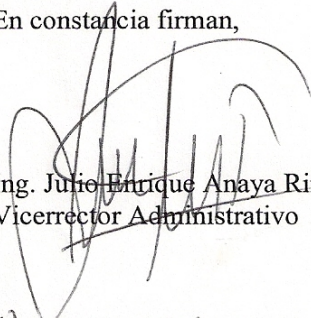
Bucaramanga Febrero 25 de 2009

Magíster
JAIME PALLARES
Comunicador Social – Periodista
Director Pasantía


Con el fin de presentar un soporte como prueba de las cartas que se entregaron en los colegios que eran responsabilidad de la pasante, se diseñó este documento, el cual va firmado por la Jefe de la Oficina de Comunicaciones, Ing. Astrid Victoria Cárdenas.

En total se entregaron 139 cartas, de las cuales 58 eran responsabilidad de la pasante, soportes los cuales reposan en la oficina del Ingeniero Julio Enrique Anaya Rincón, Vicerrector Administrativo.

En constancia firman,



Ing. Julio Enrique Anaya Rincón
Vicerrector Administrativo



Ing. Astrid Victoria Cárdenas
Jefe de Comunicaciones



Iris Carolina Blanco Romero
Pasante en Comunicaciones

ANEXO 15.

Bucaramanga abril 3 de 2009

Alcaldía de Bucaramanga
Secretaría de Educación Municipal
Recibido por: Luz Mary Diaz
Fecha: 03 ABR 2009
Hora: 5:10 Pm

Doctor
LUIS ALFONSO MOTERO LUNA
Secretario de Educación
Alcaldía de Bucaramanga

Rad: 28145

Cordial Saludo,

La Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI, dentro de sus programas académicos ofrece los cursos preicfes, con los cuales llevamos ocho años adelantando este proceso, obteniendo grandes resultados y mejorando cada vez para el beneficio común.

El curso preicfes está diseñado para los jóvenes de grados 10 y 11, con el fin de brindarle las herramientas necesarias y los conocimientos suficientes a los educandos para que ellos tengan más criterio y seguridad en el momento de

presentar las pruebas de estado.

La modalidad es presencial, las clases son medio tiempo; el estudiante escoge el horario bien sea en la mañana o en la tarde.

Se maneja una herramienta virtual; la UDI ha diseñado una plataforma virtual especialmente para estos cursos; allí pueden encontrar las diferentes áreas seleccionan el número de preguntas que son tipo ítems y hay un temporizador donde ellos pueden seleccionar el tiempo en el cual desean realizar las pruebas.

- o El curso PREICFES de 10º inicia el día 3 de mayo y finaliza el 12 de septiembre.
 - El horario: los sábados de 7:30 a.m. a 12:15 m ó de 1:30 p.m. a 5:15 p.m.
 - incluye: 70 horas
 - 1 simulacro escrito
 - 1 simulacro virtual
 - acceso a servicios UDI como: biblioteca virtual y sala cibernauta.
 - el costo es de \$ 162.000

- o El curso PREICFES de 11º inicia el 14 de marzo de 2009 y finaliza el 2 de agosto.
 - el horario: los sábados de 7:30 a.m. a 12:15 m ó de 1:30 p.m. a 5:15 p.m.
 - Incluye: 110 horas
 - 2 simulacros escritos
 - 1 simulacro virtual
 - acceso a servicios UDI como: biblioteca virtual y sala cibernauta.
 - el costo es de \$ 204.000

Para la UDI es muy importante poder contar con una corporación como lo es la Alcaldía de Bucaramanga, en este caso la Secretaría de Educación.

Es de nuestro entender que la Secretaría de Educación hace una licitación para los cursos preicfes, motivo por el cual estamos interesados en participar de esta convocatoria.

Esperando una positiva respuesta y con el fin de poder tener la oportunidad de demostrarle las ventajas que tiene el estar con nosotros.

Atte.,



IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO
Comunicadora Social

ANEXO 16.

SOPORTE, ENTREGA CARTA A LA FUNDACIÓN NIÑOS DE PAPEL

Bucaramanga abril 1 de 2009

Recibi
Carin L. Mejo
Terapeuta Ocupacional
Niños de Papel.

Doctora
MARTHA TERESA HERRERA FLÓREZ
Directora Regional Asociación Niños de Papel

Cordial Saludo,

Para la Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI, es de vital importancia la educación y poder brindar las herramientas necesarias en cuanto a conocimientos y costos accesibles a la comunidad que desee salir adelante.

De nuestra parte reciba las más sinceras felicitaciones por la labor realizada con los jóvenes, quienes en alguna etapa de sus vidas requieren de la mejor orientación y apoyo.

Es de nuestro entender que ustedes apoyan el deseo de superación de estos jóvenes y que les colaboran en su medida con la parte de educación.

La UDI, quiere en esta oportunidad mostrarles los diferentes programas que ofrece para cuando sea necesario.

PREICFES
El curso preicfes está diseñado para los jóvenes de grados 10 y 11, con el fin de brindarle las herramientas necesarias y los conocimientos suficientes a los educandos para que ellos tengan más criterio y seguridad en el momento que presenten las pruebas de estado.

La modalidad es presencial, las clases son medio tiempo; el estudiante escoge el horario bien sea en la mañana o en la tarde.

Se maneja una herramienta virtual; la UDI ha diseñado una plataforma especialmente para estos cursos; allí pueden encontrar las diferentes áreas, seleccionan el número de preguntas que son tipo icfes y hay un temporizador, donde ellos pueden seleccionar el tiempo en el cual desean realizar las pruebas.

12 de mayo de 2009

- El curso PREICFES de 10º inicia el día 9 de mayo y finaliza el septiembre.
- El horario: los sábados de 7:30 a.m. a 12:15 m ó de 1:30 p.m. a 6:15 p.m.
- Incluye: 78 horas
- 1 simulacro escrito
- 1 simulacro virtual
- acceso a servicios UDI como: biblioteca virtual y sala cibernauta.
- el costo es de \$ 162.000

- El curso PREICFES de 11º inicia el 14 de marzo de 2009 y finaliza el 22 de agosto.
- el horario: los sábados de 7:30 a.m. a 12:15 m ó de 1:30 p.m. a 6:15 p.m.
- Incluye: 113 horas
- 2 simulacros escritos
- 1 simulacro virtual
- acceso a servicios UDI como: biblioteca virtual y sala cibernauta.
- el costo es de \$ 204.000

Tenemos carreras profesionales y tecnologías presenciales y a distancia.

Dentro de las profesionales tenemos:

- Administración de Empresas
- Diseño Grafico
- Comercio Exterior
- Criminalística
- Ing. Electrónica
- Ing. De Sistemas
- Ing. Industrial
- Entrenamiento Deportivo y Preparación Física

Programas Tecnológicos Presenciales:

- Tecnología en Multimedia
- Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación
- Tecnología en Diseño Gráfico

Programas Tecnológicos a Distancia:

- Tecnología en Sistemas
- Tecnología en Gestión Empresarial
- Tecnología Contable y Tributaria
- Tecnología en Regencia de Farmacia

Para nosotros es de vital importancia poder contar con ustedes dentro de nuestra gran familia UDI.

Esperando poder llegar a un feliz acuerdo,



IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO
Comunicadora Social

ANEXO 17.

SOPORTE, RECIBIDO CARTA AL COLEGIO SANTA MARÍA GORETTI

Bucaramanga Febrero 11 de 2009

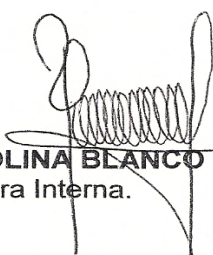
Señora
BLANCA CARO DE MESA
Colegio Santa María Goretti
L.C.

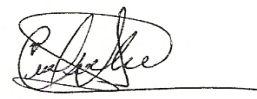
Cordial Saludo,

Para la Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI, es de vital importancia el desarrollo académico de los educandos, por tal motivo quiere ofrecer la mejor y más viable posibilidad a los jóvenes para que accedan al curso PREICFES, el cual cumple cinco años de realizarse en la UDI.

Para esto se estableció contacto inicial con la señora rectora Luz Mireya Herrera, quien nos autorizó el permiso para poder ubicar un stand en las instalaciones del colegio en el descanso, por tal motivo solicito su valiosa y amable colaboración para que nos pueda dar orientación de cuándo sería, en qué lugar se ubicaría el stand, que recursos nos pueden facilitar y en qué horario.

Esperando pronta y positiva respuesta,


CAROLINA BLANCO ROMERO
Asesora Interna.


Feb. 11/09

ANEXO 18.

COMUNICACIÓN INTERNA

PARA: IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO – PASANTE COMUNICACIÓN SOCIAL - UPB
DE: VICERRECTOR ADMINISTRATIVO - JEFE OFICINA DE COMUNICACIONES
ASUNTO: APOYO OFICINA DE EGRESADOS.
FECHA: MARZO 25 DE 2009.

La presente es para informarle que a partir de la fecha se le asigna como apoyo a la Oficina de Egresados en el horario de 7:30 a 12m y de 1:45 a 6:00pm, con el fin de realizar la convocatoria a la Asamblea Ordinaria que se realizará el día 31 de marzo de 2009, alas 7 p.m. en el Auditorio Menor.

Atentamente,


JULIO ENRIQUE ANAYA RINCON
Vicerrector Administrativo


ASTRID VICTORIA CARDENAS CH.
Jefe Oficina de Comunicaciones

ANEXO 19.



ANEXO 20.

**CONSOLIDADO ACTUALIZACIÓN BASE DE DATOS EGRESADOS
2009**


TOTAL LLAMADAS

DÍAS	No. LLAMADAS
01 de abril	40
02 de abril	40
03 de abril	54
04 de abril	31
07 de abril	54
08 de abril	39
13 de abril	55
14 de abril	45
15 de abril	20
TOTAL	384

DEPURACIÓN SOBRE EL TOTAL DE LLAMADAS

SEGUIMIENTO	106
DESCARTAR	179
INSISTIR	57

Firma,


YELITZA CONTRERAS OSPINA
Jefe Oficina de Egresados UDI.

ANEXO 21.

CARTA DE AGRADECIMIENTO AL DOCTOR JAIRO CASTRO.

Bucaramanga abril 15 de 2009

Doctor

JAIRO CASTRO CASTRO

Rector Universitario de Investigación y Desarrollo UDI

Cordial Saludo,

Hace seis meses creía saber muchas cosas, pensaba que esto se trataba de una pasantía solamente, un requisito más que debía reunir para poder concluir a cabalidad mi carrera profesional.

Hoy después del paso del tiempo, miro hacia atrás y veo que esta Institución más que haber sido la plaza donde muy amablemente me dieron la oportunidad de hacer mi pasantía fue una Escuela para mi, donde aprendí muchas cosas, conocí personas maravillosas y tuve la oportunidad de conocer a un guerrero de la vida, un excelente ser humano y un personaje brillante. . . usted Señor Rector.

Quiero de manera muy formal darle las gracias por esta gran oportunidad que me dio, por haberme permitido ser parte de la Familia UDI.

Me voy contenta y con satisfacción de haber aprendido y poder dejar algo de mí en esta prestigiosa e importante institución.

Mil Bendiciones y que sigan cosechando Éxitos.

Atte.,

IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO
PASANTE EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 22.

CARTA DE AGRADECIMIENTO A LA COMUNIDAD UDI

Bucaramanga abril 15 de 2009

Señores

UNIVERSITARIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO – UDI
L.C.

Cordial saludo,

Es para mí muy gratificante haber podido compartir con cada uno de ustedes, durante estos seis meses.

Hoy termina mi pasantía y sé que me llevo el mejor de los recuerdos y una bonita experiencia.

Hubo personas con las que tuve la oportunidad de compartir el día a día, de ellas me llevo lo mejor, su amistad y cariño.

Con las que tuve breve contacto me llevo el bonito recuerdo de haberlas conocido y compartir aunque fuese un poco con ellas.

Quiero darle las gracias a quienes sirvieron de manera indirecta como apoyo para la realización de mi pasantía.

Especialmente **GRACIAS** al Ingeniero Jairo Augusto Castro quien fue el que inicialmente creyó en mí para poder estar aquí; al Dr. Jairo Castro Castro quien me dio la gran oportunidad de lograr mi objetivo; al Ing. Julio Enrique; a la Ing. Astrid Cardenas; al bello equipo de comunicaciones, Tatiana Rey y Oscar Orrego; a Silvia Valero; Juan Guillermo Valdés; Carolina Naranjo, Andrea Reyes, Janeth Rodriguez y a todos aquellos que me apoyaron y me regalaron una bella sonrisa con la cual me hicieron sentir parte de la **GRAN FAMILIA UDI**.

Me voy con los mejores recuerdos de cada uno de ustedes, **GRACIAS**,

IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO
PASANTE EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 23.

CARTA AGRADECIMIENTO AL EQUIPO DE COMUNICACIONES

Bucaramanga abril 15 de 2009

Señores
OFINA DE COMUNICACIONES UDI
L.C.

Cordial Saludo,

Ya se cumplieron los seis meses de mi pasantía y antes de irme quiero aprovechar y darle las gracias a **TATIANA REY** y **OSCAR ORREGO** por haberme acogido entre ustedes, por haber compartido conmigo el día a día; por su buen trato y por los momentos agradables que pasamos juntos, por el apoyo que recibí de ustedes cuando lo necesite, por que lograron que mis seis meses en la UDI, los alegrara con la sonrisa de ustedes, con su compañía y muy buen trato.

Hoy dejo de hacer parte del equipo de trabajo, pero queda en mi una bonita AMISTAD que encontraran siempre, espero y sea este el inicio de eso, de cambiar el ser compañeros por ser unos buenos amigos.

De corazón GRACIAS, y esto no es una despedida, es un hasta pronto,

Atte.,

IRIS CAROLINA BLANCO ROMERO
PASANTE EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ANEXO 24.

BASE DATOS COLEGIOS 2009

N	COLEGIO	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELEFONO	RECTOR - A	COORDINADOR - A
1	Instituto Técnico Nacional de Comercio.	B/manga	Cll. 55 diag. 14 - 54, Real de Minas	6443890/443837/414531	Lic. Plinio Pinzón Albarracín	Lucero Galvis
2	Instituto Técnico Superior Dámaso Zapata.	B/manga	Cll. 10 No. 28 - 77	6345147	Lic. Manuel Molano Guio	Domingo Martínez
3	De la Santísima Trinidad.	B/manga	Cll. 28 No. 21-41	6455874	Hna. Gloria Stella Moncada	Hna. Gloria Stella Moncada
4	Instituto Santa Teresita	B/manga	Cll 14 No. 34 -80	6345081	Lic. María Helena Suárez Ríos	Esperanza Parada
5	Instituto Gabriela Mistral	B/manga	Cll. 69n No. 27 - 30	6471466	Hna. Ángela Vaquero Franco	Coordinadora Lic. Cecilia León
6	Santa María Goretti	B/manga	Calle de los Estudiantes	6444838	Lic. Luz Mireya Herrera	Coor. M. Leonor Rodríguez - Coor. T. Blanca Caro
7	INEM	B/manga	Cll. 119 No. 104 - 56	6361411	Lic. Argemira Corzo de Camacho	Coor. Raniel Max Torres.
8	Andrés Páez de Sotomayor	B/manga	Cll.37 No 1 -97, B. La Joya	6704705	José Joaquín Claros Méndez	Coor. Roberto Rey
9	Nuestra Señora de Fátima	B/manga	Cll. 42 No. 12-59	6339015	Mayor Jaime Alfredo Herrera	Psicóloga, Dra. Sandra Patricia Bonilla
10	Aurelio Martínez Mutis	B/manga	Calle de los Estudiantes	6419999	Lic. José de Jesús Celis Gómez	Lic. Miyi Hael Pinto
11	Instituto Santo Ángel	B/manga	Cll. 9n No. 18c - 04, B. Villa Rosa	6401844	Lic. Elda María Hernández	Lic. Elvira Mendoza

12	Nuestra Señora del Perpetuo Socorro	B/manga	Cr. 17 No. 51 -46 B. San Miguel	6424851 6301947	Lic. Luís Alberto Suárez Rojas	Lic. Birmania López
13	Instituto Comunitario Minca	F/blanca	Cll. 107 No. 39 - 12 Zapamanga 1	6369687	Lic. Raúl Hallado Bayona	Lic. Gloria Rodríguez
14	UCC - Sección Bachillerato	B/manga	Cra. 30 No. 33 - 51	6325950	Desapareció este año	desapareció este año
15	Institución Educativa la Juventud	B/manga	Cll. 5n No.19a -12. B. La Juventud	6731809	Lic. Jesús Alberto Perdomo	Lic. Jesús Alberto Perdomo
16	Colegio Nuestra Señora del Transito – Gimnasio Manuela Beltrán.	B/manga	Cll. 37 No. 11 - 58 B. García Rovira	6306060	Lic. Álvaro Domínguez	Lic. Álvaro Domínguez

ANEXO 25. DATOS COLEGIOS ACTUALIZADA

N	COLEGIO	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELEFONO	RECTOR - A	COORDINADOR - A
1	Instituto Técnico Nacional de Comercio.	B/manga	Cll. 55 diag. 14 - 54, Real de Minas	6443890 6443837 6414531	Lic. Plinio Pinzón Albarracín	Lucero Galvis
2	Instituto Técnico Superior Dámaso Zapata.	B/manga	Cll. 10 No. 28 - 77	6345147	Lic. Manuel Molano Guio	Domingo Martínez
3	De la Santísima Trinidad.	B/manga	Cll. 28 No. 21-41	6455874	Hna. Gloria Stella Moncada	Hna. Gloria Stella Moncada
4	Instituto Santa Teresita	B/manga	Cll 14 No. 34 -80	6345081	Lic. María Helena Suárez Ríos	Esperanza Parada
5	Instituto Gabriela Mistral	B/manga	Cll. 69n No. 27 - 30	6471466	Hna. Ángela Vaquero Franco	Coordinadora Lic. Cecilia León
6	Santa María Goretti	B/manga	Calle de los Estudiantes	6444838	Lic. Luz Mireya Herrera	Coor. M. Leonor Rodríguez - Coor. T. Blanca Caro
7	INEM	B/manga	Cll. 119 No. 104 - 56	6361411	Lic. Argemira Corzo de Camacho	Coor. Raniel Max Torres.
8	Andrés Páez de Sotomayor	B/manga	Cll.37 No 1 -97, B. La Joya	6704705	José Joaquín Claros Méndez	Coor. Roberto Rey
9	Nuestra Señora de Fátima	B/manga	Cll. 42 No. 12-59	6339015	Mayor Jaime Alfredo Herrera	Psicóloga, Dra. Sandra Patricia Bonilla
10	Aurelio Martínez Mutis	B/manga	Calle de los Estudiantes	6419999	Lic. José de Jesús Celis Gómez	Lic. Miyi Hael Pinto
11	Instituto Santo Ángel	B/manga	Cll. 9n No. 18c - 04, B. Villa Rosa	6401844	Lic. Elda María Hernández	Lic. Elvira Mendoza
12	Nuestra Señora del Perpetuo Socorro	B/manga	Cr. 17 No. 51 -46 B. San Miguel	6424851 6301947	Lic. Luís Alberto Suárez Rojas	Lic. Birmania López

13	Instituto Comunitario Minca	F/BLANCA	Cll. 107 No. 39 - 12 Zapamanga 1	6369687	Lic. Raúl Hallado Bayona	Lic. Gloria Rodríguez
14	UCC - Sección Bachillerato	B/manga	Cra. 30 No. 33 - 51	6325950	desapareció este año	desapareció este año
15	Institución Educativa la Juventud	B/manga	Cll. 5n No.19a -12. B. La Juventud	6731809	Lic. Jesús Alberto Perdomo	Lic. Jesús Alberto Perdomo
16	Colegio Nuestra Señora del Transito – Gimnasio Manuela Beltrán.	B/manga	Cll. 37 No. 11 - 58 B. García Rovira	6306060	Lic. Álvaro Domínguez	Lic. Álvaro Domínguez

Anexo 26.

EMPRESAS VISITADAS PARA LA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

FECHA	EMPRESA	DIRECCIÓN	CONTACTO
12/04/08	DIAN	Cll. 36 No. 14 – 25 / 6309444	Leonardo Rojas – Jefe de Personal
12/04/08	Bancafe	Edificio José Acevedo y Gómez / 6311862	Martín Londoño – cartera
12/04/08	AV Villas	Cr. 35 a – No. 05 – 11 / 6437990	Martha Gutiérrez
12/04/08	Banco Popular	Cr. 35 No. 20 – 15 / 6313122	Néstor Salcedo - Gerente
12/05/08	Salud Total - Ofc. CLD. Centro logística local.	6438100 - cll. 53 No. 27 - 33	Johanna Linares
12/05/08	Banco Agrario	Cr. 35 No. 17 – 34 / 6425200	Luisa Mariño
12/05/08	Notaria 8, Jefe de Personal	Cr. 35ª – No. 48 – 47 / 6571988	Esperanza Salcedo
12/05/08	Salud Vida	Cr. 36 No. 54 – 78 / 6570700	Diana Carolina Mateo
12/05/08	Alcaldía de Floridablanca	Cll. 5 No. 08 – 25 / 6497777	
12/05/08	Coomeva - Jefe Oficina Gestión Documental	Cl. 56 No. 32 – 50 / 6572010 - 6573252	Omar Almeida
12/05/08	Defensoría del Pueblo	6346111	Ana Felicia Barajas
12/05/08	Fiscalía - Archivo	Cll. 35 No. 11 – 12 / 6420502	Amparo Garavito
12/05/08	Eléctricadora de Santander	Cr. 19 No. 24 – 56 / 6339767	Ana Sierra
12/10/08	Banco Bogota	Cr. 17 No. 35 – 30 / p. 03 / 6525500 - 6309403	Sandra Colmenares

ANEXO 27.

PARA: DR. JAIRO CASTRO CASTRO - RECTOR UDI
 DE: CAROLINA BLANCO ROMERO - PASANTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL
 ASUNTO: INFORME DE ACTIVIDADES DE VISITAS DOMICILIARIAS
 FECHA: NOVIEMBRE 17 DE 2008

Fecha	Entidad que Visita	Hora	Nombre y Cargo del Contacto	Teléfono (fijo y móvil)	Porqué medio conoce la UDI	Qué programa presentó	Qué se entregó	Resultado de la visita
11/17/08	Palacio de Justicia	02:05 p.m.	ninguno			Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	INSISTIR. Se buscó a la persona encargada de archivo, nadie dio respuesta alguna, daban referencias diferentes, nadie quiso recibir la información. Luego no se logró el objetivo con esta visita
11/17/08	Contraloría Municipal	02:58 p.m.	Secretaría Dirección Administrativa y Financiera - Dora Inés Toscano	65227777	Antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se le dejó la información a la secretaria de la dirección administrativa, quedó con el compromiso

								que la iba a ubicar en la cartelera de la dependencia. Quedando interesada.
11/17/08	Cooperativa Coaviconsá	03:40 p.m.	Martha Jácome	6307650 - 6375276	Antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Las secretarías que eran 3, se mostraron interesadas en la tecnología, quedaron con la información.
11/18/08	Telebucaramanga	04:05 p.m.	Correspondencia y archivo - Ismael Mayorga Calderón	6309687	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	DESCARTAR. Se habló con el señor Ismael Mayorga, quien se mostró apático ante la información dada. siendo algo grosero al decir que 'esa información iba a parar en la basura' -

11/18/08	Financiera Coomultrasan	04:40 p.m.	Jefe del dpto. compras y suministros - Deyanira Rueda.	6309600	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se le entrego la información completa sobre los programas haciendo énfasis en la Tecnología en Gestión de Sistemas. Quedando con el compromiso de darle la información al señor Jorge Florez Auxiliar de dpto.
11/18/08	Cafesalud	05:30 p.m.	Servicio al cliente - Sonia Lucía Parra Ortiz.	6431110	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Quedó con la información, dijo que en Cafesalud todo se escanea y se envía las imágenes a Bogotá, pero que la información la iba a ubicar en la cartelera interna para ver si alguien se interesaba en alguna carrera.

11/19/08	Saludcoop	05:45 p.m.	Recepcionista - Luz Marina Uribe	6578042	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Quedó con la información y con el compromiso de ubicarla en la cartelera por si alguien estaba interesado.
11/19/08	Notaria Primera	02:12 p.m.	Auxiliar de registro - Sonia Uribe.	6303839	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Quedó con la información, pero no se mostró interesada en la misma.
11/19/08	Notaria Segunda	02:35 p.m.	Directora Administrativa - Ing. Ángela Contreras.	6335120	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se mostró interesada, en la información quedó de ponerla en cartelera para que el personal se entere del comunicado.
11/20/08	Alcaldía de Bucaramanga	03:05 p.m.	Archivo Hojas de vida. - Luís Felipe Villamizar González. Archivist.	6337000 - 6424977	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se mostró bastante interesado, haciendo la sugerencia que sería bueno que tuviesen un horario más flexible, ya que

								las personas que se encuentran trabajando les queda un poco `pesado`.
11/20/08	Alcaldía de Bucaramanga	03:35 p.m.	Archivo general de la alcaldía. - Guadalupe Chinchilla, jefe archivo.	6337000 - 6424977	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. La señorita Farly Gissell Rodríguez, recibió la información, quedó de entregársela a la señora Guadalupe, ya que estaba en una reunión.
11/20/08	Alcaldía de Bucaramanga - Casa Perú de la Croix.	04:05 p.m.	Secretaria de Hacienda. Auxiliar administrativos- Luz Amparo Atuesta	6337000 - 6424977	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Quedó con la información, con el compromiso que iba a hacer difusión para algún interesado.
11/21/08	Gobernación de Santander	04:40 p.m.	Gobernación de Santander - Jefe de Archivo. - Mercedes Martínez	6339666 ext. 234	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. La señora Mercedes se mostró bastante interesada en la tecnología, ubicó la información en

								la cartelera del departamento de archivo.
11/21/08	Notaria Decima	05:20 p.m.	Auxiliar de archivo - Marly Grimaldos.	64211111	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Quedó con la información. Y con el compromiso que la iba a difundir al resto del personal.
11/21/08	Comfenalco	02:05 p.m.	Viviana Caro, comunicadora social.	6577000 Ext., 2401	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se habló con la señorita Viviana caro, dijo que le iba a dar la información a la señora Lida Aide Grandas Garcés, jefe de Gestión Humana. Sin embargo hay que enviar una carta con la información a la señora Aide.

11/22/08	Salud Total	03:15 p.m.	Luisa Fernanda Cadena - jefe gestión humana.		antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se entregó la información a la señorita Johana Linares, quien quedó de entregarle la publicidad de la UDI a la señora Luisa Fernanda Cadena, jefe de Gestión Humana. Con quien se había establecido un primer contacto telefónico.
11/22/08	Seguro Social	04:35 p.m.	Jenifer Mesa - Secretaria Auxiliar.	6339933	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se habló con la señorita Jenifer, secretaria de archivo, quien quedó de entregar la información al personal para que se entere de los programas de la UDI.

11/22/08	Cámara de Comercio	05:05 p.m.	Adriana Villamizar - Recepcionista.	6527000 ext. 275	antiguo centro sistemas.	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	SEGUIMIENTO. Se habló con la señorita Adriana Villamizar, quien se mostró muy interesada en algunos programas que ofrece la UDI, y quedó de ubicar la información en cartelera de la empresa.
11/22/08	Oficina de Instrumentos Públicos	05:30 p.m.	estaban en paro.			Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación		INSISTIR. Al llegar al edificio, estaba cerrado con parte de los funcionarios por fuera, pues se encuentran en paro, y no recibieron la información.

ANEXO 28

**PARA: DR. JAIRO CASTRO CASTRO - RECTOR UDI
DE: CAROLINA BLANCO ROMERO - PASANTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ASUNTO: INFORME DE ACTIVIDADES DE VISITAS DOMICILIARIAS
FECHA: DICIEMBRE 5 DE 2008**

Fecha	Entidad que Visita	Hora	Nombre y Cargo del Contacto	Teléfono (fijo y móvil)	Qué programa presento	Qué se entregó	Resultado de la visita
12/05/2008	Dian	08:15	Leonardo Rojas - Git de Personal	6309444	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	Quedó interesado y comprometido con difundir la información, igualmente se acordó enviar un correo electrónico con la información de los programas de la UDI.
12/05/2008	Bancafe	09:00	Alexander Pedraza R. - Subdirector Oficina	6303200	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	Dijo que iba a difundir la información al personal por si alguien se anima a hacer la tecnología.
12/05/2008	AV Villas	09:45	Luis Fernando Villabona - Subgerente	6309530 ext. 82012	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	Quedó con la información, y se acordó enviar más información por correo electrónico.
12/05/2008	Banco Agrario	10:15	María Luisa Mariño - Subgerente	6330044	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	Se entregó la información a la Dra. Luisa, quedando de difundirla al personal.
12/05/2008	Banco Popular	10:45	Edelvira González	6303200	Tecnología en Gestión de Sistemas de Información y Documentación	pensum, plegable institucional, volante de precios	Se le entregó la información, quedó de entregársela al señor Alexander Acuña, Administrativo.

ANEXO 29

TABULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN LAS VACACIONES DE DICIEMBRE DE 2008 A ENERO DE 2009

SEMANA	DÍAS	VISITAS	LLAMADAS	TOTAL
Semana A	Diciembre 1 al 6	23	189	212
Semana B	Diciembre 8 al 13	26	179	205
Semana C	Diciembre 15 al 19	36	162	198
Semana D	Diciembre 22 al 26	43	62	105
Semana E	Diciembre 29 al 3 de Enero	35	49	119
Semana F	Enero 5 al 10	65	113	178
Semana G	Enero 12 – 17	66	132	198
Semana H	Enero 19 – 24	21	194	215
Semana I	Enero 26 al 31	41	189	230

ANEXO 30.

CONSOLIDADO TELEMERCADERO, BASE DE DATOS INGENIERÍA ELECTRÓNICA

DEL 20 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008

INSISTIR:	44 personas
SEGUIMIENTO:	38 personas
DESCARTAR:	53 personas
Total llamados :	135 personas

ANEXO 31.

SOPORTE, RECIBIDO DE LAS CARTAS NUEVAS A LOS COLEGIOS

Bucaramanga Marzo 2 de 2009

Magíster
JAIME PALLARES
Comunicador Social – Periodista
Director Pasantía

Con el fin de presentar un soporte como prueba de las cartas que para el año 2009 fue necesario volver a entregar en algunos colegios a cargo de la pasante, se diseñó este documento, el cual va firmado por la Jefe de la Oficina de Comunicaciones, Ing. Astrid Victoria Cárdenas.

En total se entregaron 9 cartas, las cuales se le hizo entrega del recibido al jefe de comunicaciones.

En constancia firman,


Ing. Astrid Victoria Cárdenas
Jefe de Comunicaciones


Iris Carolina Blanco Romero
Pasante en Comunicaciones

ANEXO 32. INTERESADOS EN EL PREICFES INTENSIVO

NOMBRE	TELEFONO	PROGRAMA DE INTERES	MEDIO POR EL CUAL CONOCE LA UDI	OBSERVACIONES
Alejandra Jiménez	6481072	preicfes intensivo	visita al colegio (Gabriel García Marquez)	SEGUIMIENTO , está interesado, especialmente en el intensivo.
Sergio Andrés Peñalosa Joya (Lina María Joya, mamá)	6393949	preicfes intensivo	Visita al colegio	SEGUIMIENTO , está interesado por el curso, preferiblemente intensivo.
Diana Marcela Gómez Cote	6459161	preicfes intensivo	visita al colegio	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer el preicfes con la UDI, quedo de comentarle a los papas.
Liz Contreras	6418249	preicfes intensivo	Directorio	SEGUIMIENTO , está interesada en curso preicfes intensivo, para abril.
Luz Mery Sánchez	6390269 - 3163734064	preicfes intensivo	Directorio	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer el curso preicfes, pero lo quiere intensivo.
Jaime Andrés Grimaldo	6828123	preicfes intensivo	visita al colegio	SEGUIMIENTO , está interesado en hacer el preicfes con la UDI, quedó de pasar después.
Yesica María Toloza Lamus	6340669 - 3177617040	preicfes intensivo	Directorio	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer el curso preicfes, se le dio toda la información.
María Paula Pérez	6439648	preicfes intensivo	por un amigo	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer los cursos preicfes, que viene en estos días.
katerin Forero	6813317	preicfes intensivo	visita al Colegio Karls Rogers	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer el curso preicfes, que viene en estos días.

Daniel Andrés Valderrama	6326530	preicfes intensivo	Directorio	SEGUIMIENTO , Está interesado en hacer el preicfes, que vuelve cuando entre al colegio.
Leidy Brigitte Carrillo	6407152	preicfes intensivo	visita al colegio	SEGUIMIENTO , está interesada en estudiar en la UDI, que viene en el transcurso de la semana.
María Fernanda Romero	3002336319	preicfes intensivo	Visita al colegio	SEGUIMIENTO , está interesada, que viene en el transcurso de la semana entrante.
Natalia Sarmiento	6334317	preicfes intensivo	Visita al colegio	SEGUIMIENTO , está interesada en estudiar en la UDI el preicfes, que viene en el transcurso de la semana.
Mayi Luz Oviedo	3176901074	preicfes intensivo	Directorio	SEGUIMIENTO , está interesado en hacer el preicfes, que vuelve después.
Sarith Marín Ortiz	6490334	preicfes intensivo	Por una amiga	SEGUIMIENTO , está interesada en estudiar Ing. Industrial, quedo de venir para obtener mayor información.
Javier Ricardo Ordóñez Moreno	6495574 - 3164307754	preicfes intensivo	Por volante.	SEGUIMIENTO , está interesado en hacer el intensivo, quedo de pasar en el transcurso de esta semana.
Esneider Torres	3167107121	preicfes intensivo	por un amigo que estudia en la UDI.	SEGUIMIENTO , está interesado en hacer el curso, le llamó la atención la información brindada quedo de pasar después.
Vanesa Jaimes	3187245408	preicfes intensivo	Escuchó por la emisora.	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer el curso.
Cristian Ricardo Serrano Guerrero	6394578	preicfes intensivo	por amigos	SEGUIMIENTO , está interesado en hacer el curso quedo de venir en esta semana.
Diana Ortiz	3206486965	preicfes intensivo	por el directorio.	SEGUIMEINTO , está interesada, quedo de venir en esta semana.
INTERESADOS EN EL PREICFES DE 11º				
Xiomara Santamaría	6418953	preicfes	Por una amiga	SEGUIMIENTO , está interesada dice que viene en esta semana.

Javier Eduardo Gamarra	6483544	preicfes	por directorio	SEGUIMIENTO , está interesado, va venir en esta semana.
Gustavo Silva Álvarez	6576775	preicfes	Directorio	SEGUIMIENTO , está interesado que viene en esta semana.
Martha Prada	3112636519	preicfes	Periódico	SEGUIMIENTO , está interesada dice que viene en esta semana.
Héctor Rodríguez	6424992	preicfes	emisora	SEGUIMIENTO , está interesado que viene en esta semana.
Nora Plata Acevedo	6547729	preicfes	Por una amiga	SEGUIMIENTO , está interesada quedo de venir en esta semana.
Omar Cadena Calderón	6448854	preicfes	por un amigo que estudia en la UDI.	SEGUIMIENTO , está interesado que viene en esta semana.
Adis Contreras	3167073611	preicfes	radio	SEGUIMIENTO , está interesada que viene en estos días.
Carlos Giovanni Bravo Sandoval	3177617337 - 6544782	preicfes	volante	SEGUIMIENTO , está interesado, se le dio la información que viene en estos días.
Greisy López	3133016963	preicfes	directorio	SEGUIMIENTO , está interesada que viene en el transcurso de la semana entrante.
Laura Andrea Acevedo	6464477	preicfes	amigos	SEGUIMIENTO , está interesada que viene en el transcurso de la semana entrante.
Jaime Enrique Rincón (Mary Plazas de Rojas)	6452891	preicfes	charla en el colegio Metropolitano del Sur	SEGUIMIENTO , se le dio la información, quedo de hablar con los papas y de volver.
Francisco José Sanabria Sanabria (Edelmira Sanabria Duarte)	3142077290	preicfes	visita en el colegio	SEGUIMIENTO , está interesado quedando de venir la otra semana.
Sandra Ortiz	6587498	preicfes	amigos	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer el curso, quedo de venir en esta semana.
Mónica Liliana Zavala Arenas	6300816	preicfes	Internet	SEGUIMIENTO , está interesada en hacer el curso.

Adriana Cadavid Negrete	3002605628	preicfes	visita	SEGUIMIENTO , se habló con la niña y quedo interesada en el curso, quedo de venir en el transcurso de la semana entrante.
Juliana Duarte	6813616	preicfes	Directorio	SEGUIMIENTO , esta interesada en los cursos preicfes, quedo de darle la información a los papas y de volver después.
Gloria Patria Cárdenas Lizarazo (Margarita Lizarazo)	6732765	preicfes	Directorio	SEGUIMIENTO , está interesada que viene en el transcurso de la semana entrante.
Yuri Zuleima Villamizar	3166916662	preicfes	amigos	SEGUIMIENTO , está interesada, quedo de venir en el transcurso de la semana entrante.
Juan Carlos Rodríguez	6382781	preicfes	amigos	SEGUIMIENTO , está interesado en hacer el curso en la UDI, quedo de venir con la mamá la semana entrante.
Cristofer Fuentes	3014646085	preicfes	amigos	SEGUIMIENTO , está interesado viene en el transcurso de estos días.

ANEXO 33. CARTAS ENVIADAS A NEW FRANCIS Y COLEGIO LAS AMÉRICAS

Bucaramanga Febrero 25 de 2009

Licenciada
MIRIAM LOPÈZ
Colegio New Francis
Piedecuesta

Respetada Licenciada López,

La Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI quiere exponerle los diferentes programas que tiene para los jóvenes de grados 10 y 11. con el fin de brindarles la oportunidad que conozcan la vida universitaria, que estén seguros de lo que quieren ser como profesionales y que cuando salgan de bachilleres puedan tener más conocimientos y un título que le brinde la oportunidad de tener más acceso a las posibilidades de empleo.

Los programas que la UDI en esta oportunidad quiere presentarle son: El de ARTICULACIÓN Y LOS CURSOS PREICFES.

ARTICULACIÓN: Consiste en vincular al educando en un programa con cierta especialidad, el cual se inicia desde el grado 10 y concluye en el grado 11 obteniendo el título de técnico.

Este programa ha sido diseñado con el fin que los estudiantes puedan a la vez de obtener el grado como bachilleres, obtengan el título de técnico en un área específica, los técnicos que ofrecemos son:

Técnico en Profesional en Procesos Administrativos

Técnico en Profesional en Desarrollo del Software

Técnico en Profesional en Diseño Gráfico.

PREICFES: El curso preicfes está diseñado para los jóvenes de grados 10 y 11, con el fin de brindarle las herramientas necesarias y los conocimientos suficientes a los educandos para que ellos tengan más criterio y seguridad en el momento que presenten las pruebas de estado.

La modalidad es presencial, las clases son medio tiempo; el estudiante escoge el horario bien sea en la mañana o en la tarde.

Se maneja una herramienta virtual; la UDI ha diseñado una plataforma virtual especialmente para estos cursos; allí pueden encontrar las diferentes áreas, seleccionan el número de preguntas que son tipo icfes y hay un temporizador, donde ellos pueden seleccionar el tiempo en el cual desean realizar las pruebas.

- El curso PREICFES de 10º inicia el día 9 de mayo y finaliza el 12 de septiembre.
- El horario: los sábados de 7:30 a.m. a 12:15 m ó de 1:30 p.m. a 6:15 p.m.
- Incluye: 78 horas

ANEXO 34. TELEMERCADERO COLEGIOS

CONSOLIDACIÓN TELEMERCADERO A LOS COLEGIOS VISITADOS EN EL 2009

FECHA	LLAMADAS	SEGUIMIENTO	DESCARTAR	INSISTIR
Marzo 4	54	18	20	16
Marzo 5	56	25	8	23
Marzo 7	16	11	3	2
Marzo 9	44	21	14	9
Marzo 10	18	11	6	1
Marzo 11	48	22	15	11
Marzo 12	44	23	17	4
Marzo 13	29	13	10	6
Marzo 16	53	31	19	3
Marzo 17	48	23	23	2
Marzo 18	12	8	4	0
Marzo 19	29	16	10	3
Marzo 24	53	43	2	12
Marzo 25	32	12	10	10
TOTAL	536	277	161	102

COLEGIOS A LOS QUE SE LE HIZO SEGUIMIENTO EN TELEMERCADERO

COLEGIO	GRADOS
Cooperativo Cajasán	10°
Institución Educativa la Juventud	10° y 11°
Aurelio Martínez Mutis	10° y 11°
Técnico Empresarial José María Estévez	10° y 11°

ANEXO 35.

TOTAL DE INSCRITOS PARA EL CURSO PREICFES DE LOS GRADOS 10° Y 11° PARA EL 2009

Este reporte fue suministrado directamente de la Oficina de Registro y Control Académico.

CURSO PREICFES 10°

SALON	NÚMERO DE ALUMNOS	JORNADA
P1	7	Mañana

CURSO PREICFES 11°

SALON	NÚMERO DE ALUMNOS	JORNADA
P1	37	Mañana
P2	34	Mañana
P3	37	Mañana
P4	20	Mañana
P5	32	Mañana
P6	23	Mañana
T1	25	Tarde
TOTAL	208	

CONSOLIDADO TELEMERCADERO INGENIERIA ELECTRONICA 2008

DEL 20 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008

INSISTIR:	44 personas
SEGUIMIENTO:	38 personas
DESCARTAR:	53 personas

total llamados : 135 personas

ANEXO 36. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PASANTÍA 2009

MES ACTIVIDAD	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Incorporación a la empresa donde se desarrollará la pasantía.	*	*																										
Elaboración de cartas para entregar a los colegios de Bucaramanga y su Área Metropolitana.		*	*	*	*																							
Entrega de las cartas a los diferentes colegios de Bucaramanga y su Área Metropolitana				*	*	*	*																					
Visitas a los colegios de Bucaramanga.							*	*	*	*																		
Realización del anteproyecto de pasantía.									*																			
Ejecución de actividades correspondientes a mercadeo, promoción y venta de los diferentes programas de la UDI.											*	*	*	*														
Presentación del Primer Informe de Pasantía																*												
Realización de visitas a los colegios de Bucaramanga para coordinar las charlas.															*	*	*	*	*	*	*	*	*	*				
Presentación del Segundo Informe de Pasantía.																							*					
Realización de Telemercadeo correspondientes a los colegios visitados.																			*	*	*	*	*	*				
Realización de inscripciones a los cursos PREICFES.																		*	*	*	*	*						
Realización del balance en la gestión hecha por la pasante. Y elaboración del trabajo final.																											*	

Figura 1.

REGIMEN ORGANIZACIONAL

FIGURA 2. ORGANIGRAMA DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES

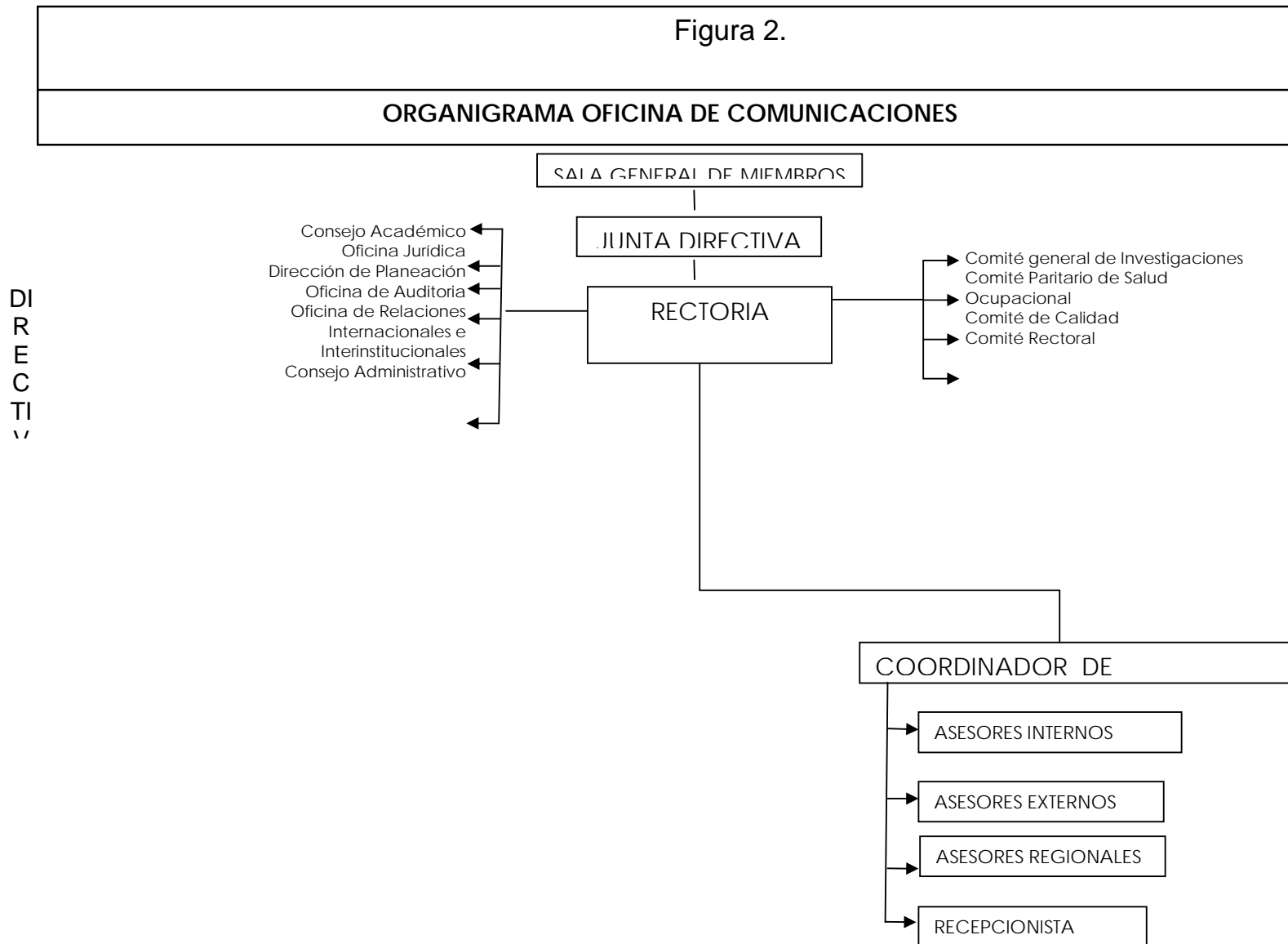
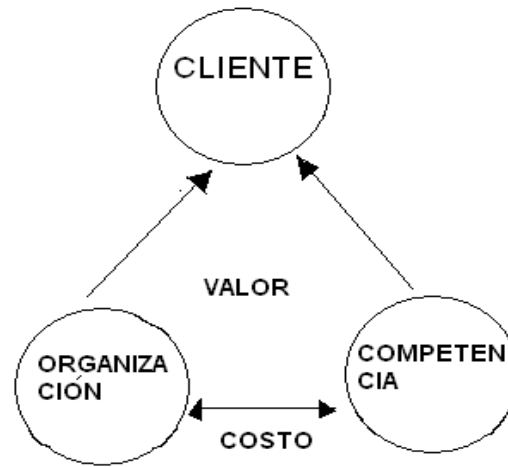


Figura 3.

TRIANGULO ESTRATEGICO



MAPA DE PROCESOS OFICINA DE COMUNICACIONES

