

	CARACTERIZACIÓN GESTIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA
---	---

OBJETIVO. Comunicar la Oferta Académica al Grupo Objetivo para captar nuevos estudiantes, mediante la creación y fortalecimiento de UNINAVARRA en el mercado.

ALCANCE. Inicia con la identificación del grupo Objetivo a través de actividades de divulgación, seguimiento a los medios de contacto y finaliza con la medición de la efectividad de los mismos.

RESPONSABLE: Director de Marketing y comunicaciones.	REQUISITOS NORMATIVOS	ISO 9001:2015: 4, 4.1, 4.6.1, 7.1, 7.5, 7.4, 7.3, 8.0, 8.2, 8.4, 9.2, 9.1, 10, 10.3, 10.2.	REQUISITOS LEGALES
---	------------------------------	--	---------------------------

OBJETIVOS DE CALIDAD ASOCIADOS
Incrementar la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros usuarios.

ENTRADAS			PHVA	ACTIVIDADES	SALIDAS	
EMISOR	ENTRADAS	CONTROL No.			CONTROL No.	PRODUCTO / SERVICIO
Consejo superior Proceso de Planeación institucional	Plan de desarrollo.	E1	P	Definir el plan de acción del Proceso	S1	Plan de acción
Proceso Gestión de la Oferta Académica. Instituciones gubernamentales y no gubernamentales.	*Información geográfica y socioeconómica del grupo objetivo. *Bases de datos de los colegios de la Ciudad. * Base de datos de aspirantes a los programas académicos. *Plan de acción aprobado.	E2	P	Identificar el grupo objetivo y definir los medios de acercamiento con los aspirantes.	S2	Grupo objetivo identificado. Informe de necesidades de los aspirantes frente a la formación académica.
Instituciones gubernamentales y no gubernamentales.	* Bases de datos de los colegios a los que se asiste. * Especificación de los contenidos de los programas académicos. * Registro calificado de los programas académicos de la institución. * Invitaciones para participar en eventos. *Plan de acción aprobado.	E3	H	Realizar el primer acercamiento con el grupo objetivo mediante actividades donde se Participa y coordinan eventos del sector educativo, cultural, industrial, comercial; Apoyados en los medios de comunicación de la región. Realizar acercamiento en empresas potenciales para promocionar programas académicos	S3	Listados de interesados, informe de percepción de los aspirantes.
Todos los procesos	Solicitud de diseño de Arte	E4	H	Diseñar y Coordinar la impresión de publicaciones, avisos de prensa, boletines informativos y en general todo el material impreso que la Uninavarra Utiliza interna y externamente.	S4	Diseños -Publicidad (Revistas, Volantes de eventos, Afiches, Pendones, Pasacalles, Vallas, Programas, Radial).
Todos los procesos Instituciones gubernamentales y no gubernamentales.	*Solicitudes de necesidad de apoyo a eventos. *Invitación a eventos. *Base de datos de posibles eventos.	E5	H	Participar en inducciones, eventos internos y externos, ferias educativas.	S5	Listados de interesados, informe de percepción de los aspirantes.
Gestión de oferta Decanos y directores de programa.	Portafolio de programas	E6	H	Enviar propuestas de programa académico de pregrado y posgrado, a través de bases de datos, telemarketing y redes sociales, para grupos individuales y grupos cerrados	S6	Listado de aspirantes.
Todos los procesos	* Necesidades de publicación a través de canales de comunicación internos y externos. * Necesidades de Publicación de información institucional.	E7	H	Mantener Actualizada la Información a Través de Canales de Comunicación Interna y Externa	S7	Información publicitaria actualizada en los canales de comunicación internos y/o externos
Proceso de Oferta académica	Resultado de ejecución de proceso		A	V Efectuar seguimiento al proceso		Proceso analizado - Indicadores de gestión
	Indicadores e informe analizado y evaluado			V Analizar indicadores e informes de resultado		
	Necesidad de mejora			Tomar acciones de mejora		
	Oportunidades de mejora			Atender peticiones, quejas y reclamos		
	PQRS			Administrar riesgos		
	Riesgos			Comunicar		
	Necesidades de comunicación			Gestionar Relaciones con partes interesadas		
Necesidades y expectativas de partes interesadas						
						Correcciones Acciones correctivas PQRS atendidas Riesgos tratados y acciones de mejora Comunicación del proceso Relación y satisfacción con partes interesadas

CONTROLES A LAS ENTRADAS				
--------------------------	--	--	--	--

Control No.	Qué se controla - Características a controlar	Responsable/ Quién	Frecuencia	Regi Cc
E1	Que se encuentre los objetivos y estrategias relacionadas con el proceo de oferta académica.	Director de marketing Director de planeación	Anual	Vi Revisando inf
E2	Información básica, verídica: Nombre, teléfono, correo, actividad, carrera de preferencia. Plan de acción aprobado.	Director de marketing	Semestral	Bases c Estudiantes

 CARACTERIZACIÓN GESTIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA				
E3	Información básica, verídica: Nombre, teléfono, correo, actividad, carrera de preferencia. Plan de acción aprobado. Programas académicos vigentes.	Director de marketing	Semestral	Bases de datos, Estudiantes
E4	Las solicitudes enviadas en el formulario cumpliendo con los parámetros establecidos.	Director de marketing Diseñador gráfico	Cada vez que se requiera	soporte de
E5	Protocolo de eventos establecido por la Universidad. Que el evento externo tenga grupo objetivo acorde a las necesidades de UNINAVARRA.	Director de marketing	Cada vez que se requiera	soporte de Bases de datos, e
E6	Que contenga la información completa y clara para el cliente.	Director de marketing	Semestral	aprobación de los directivos, Consejo Académico
E7	Solicitud de publicación completa, con fotografías de apoyo, respondiendo a las preguntas que?, cuando?, como?, donde?	Director de marketing Coordinador Comunicaciones	Cada vez que se requiera	Correos electrónicos
CONTROLES A LAS SALIDAS				
Control No.	Qué se controla - Características a controlar	Responsable/ Quién	Frecuencia	Registros
S1	Viabilidad del plan de acción Que contenga todas las actividades propuestas.	Director de marketing Director de planeación Director administrativo Director Financiero	Anual	Aprobación de
S2	A que segmento de cliente se le apunta. Preferencia de los programas por parte del grupo objetivo.	Director de marketing	Semestral	Bases de datos, Estudiantes
S3	A que segmento de cliente se le apunta. Preferencia de los programas por parte del grupo objetivo. Registro de aspirantes vs matriculados	Director de marketing	Semestral	Bases de datos, Estudiantes
S4	Aprobación de los directivos.	Director de marketing Grupo directivo	Cada vez que se requiera	Correos electrónicos
S5	A que segmento de cliente se le apunta. Preferencia de los programas por parte del grupo objetivo. Registro de aspirantes vs matriculados	Director de marketing	Semestral	aprobación de los directivos, Consejo Académico
S6	Registro de aspirantes vs matriculados	Director de marketing	Semestral	Bases de datos, Estudiantes
S7	Que la información que se publica llegue al público objetivo. Que la información que se publica cumpla con las necesidades y/o solicitudes.	Director de marketing Coordinador Comunicaciones	Cada vez que se requiera	Redes sociales, página web, publicador
RECURSOS HUMANOS			RECURSOS FÍSICOS Y TECNOLÓGICOS	
Rector			Espacio físico	
Director de Marketing y comunicaciones			Equipos tecnológicos	
Comunicador			Muebles de oficina	
Diseñador gráfico			cámaras de audio y video.	
Profesora en medios audiovisuales			Teléfono móvil	
RIESGOS		INDICADORES		DOCUMENTOS ASOCIADOS
Ver Mapa de Riesgos de proceso e Institucional		Ver Ficha de indicadores del proceso		Listado Maestro de documentos
ELABORÓ:		REVISÓ:		APROBÓ:
Nombre: Shirly Marcela Ardila		Nombre: Diana Perdomo		Nombre: Sandra Navarro
Cargo: Coordinador de Calidad		Cargo: Coordinadora de Comunicaciones		Cargo: Rector
CONTROL DE CAMBIOS				
VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO		
01	26/10/2015	Versión inicial		
02	2016- FEB-01	Se agregan cambios a esta versión • Se modifica el objetivo de la caracterización, así como su alcance. • Se reestructuran algunas actividades, entradas, proveedores. • Se agrega en documentos el manual de cartelera.		
03	2016-MAR-12	Se agregan cambios a esta versión. • Se agrega el formato GO-FO-01 Solicitud de diseño de Arte como entrada • Se agrega como entrada registros calificados de los programas. • Se agrega Procedimiento de comunicación interna y externa. • Se agregan los procedimientos		
04	2016-AGO-08	Se agregan cambios a esta versión • Se nombra en el ítem de documentos internos otros procedimientos creados en		
05	2017-NOV-03	Se actualizaron los lineamientos aplicables a la norma ISO 9001:2015. Se modifica la descripción del objetivo y el alcance Se modifica los nombres de Proveedor y usuario, por Emisor y Receptor. Se agregan controles a entradas y salidas. Se agrega Requisitos legales: Ver normativas Riesgos: Ver mapa de riesgos de proceso e Institucional y en Indicadores: Ver Ficha de		



CARACTERIZACIÓN GESTIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA

Si usted copia o imprime este documento, el SGC de la Fundación Universitaria Navarra lo considerará No Controlado y no se hace responsable por su consulta o uso. Si desea consultar la versión actualizada y controlada de siempre la página web <http://www.uninavarra.edu.co> en el enlace del Sistema de Gestión de Calidad.



CARACTERIZACIÓN GESTIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA



CARACTERIZACIÓN GESTIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA



CARACTERIZACIÓN GESTIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA

CÓDIGO: GO-CP-01

VERSIÓN: 05

FECHA: 03-NOV-2017

Ver normograma

RECEPTOR

Gestión estratégica
Planeación
Gestión financiera
Gestión administrativa

Decanos y directores de programa.

Proceso de gestión de la oferta académica

Decanos directores de programa.

Proceso de gestión de la oferta académica

Público Externo e Interno.

Público Externo e Interno.

Público Externo e Interno.

Proceso Gestión de la calidad

Todos los Procesos
Comunidad académica y partes interesadas

Indicador

Indicador
Indicador

de datos.
matriculados.

CÓDIGO: GO-CP-01

VERSIÓN: 05

FECHA: 03-NOV-2017

de datos.
matriculados.

de la solicitud.

de la solicitud.
soporte fotografico.

activos de los programas
de estudios académicos

electronicos.

Registro

del plan de acción

de datos.
matriculados.

de datos.
matriculados.

electronicos.

activos de los programas
de estudios académicos

de datos.
matriculados.

portal
web, boletines internos,
medios de prensa.

INDICADORES

de Datos y Registros

en el proceso.

del programa, Se modifica en
la ficha de Indicadores del

CÓDIGO: GO-CP-01
VERSIÓN: 05
FECHA: 03-NOV-2017
este documento, consulte

CÓDIGO: GO-CP-01
VERSIÓN: 05
FECHA: 03-NOV-2017

CÓDIGO: GO-CP-01
VERSIÓN: 05
FECHA: 03-NOV-2017

CÓDIGO: GO-CP-01
VERSIÓN: 05
FECHA: 03-NOV-2017