

hjNOMBRE DEL PROGRAMA:		ES LUNES Y EL CRAI USTA LO SABE					
PROGRAMA NÚMERO	01 de la T6	FECHA DE EMISIÓN:	DD	MM	AA	HORA:	3:00 pm
			17	02	25		
DURACIÓN:	55 minutos	DIRECTOR:	María del Pilar Florián				
PARTICIPANTES:	María del Pilar Florián, Carlos Prada y Gabriel Garzón Invitado Jesús Enrique González Exarcheas						
CONTROL MASTER:	Luis Enrique Ruiz						
GUION:	Gabriel Angel Garzón						
TEMAS A TRATAR:	Marketing Institucional en la SantoTo						
DESARROLLO DEL CONTENIDO							
	TIEMPO	SECCIÓN	CONTENIDO				
1	4 minutos	Musicalización y saludo	Canción: https://www.youtube.com/watch?v=GkEjCynfk_E Coldplay A Sky Full of Stars Preguntar al invitado el motivo de esta canción				
2	2 minutos	Sección: <i>Lecturas para susurrar al oído</i>	“La gente influye a la gente. Nada influye más a la gente que una recomendación de un amigo en el que se puede confiar. Una recomendación de una fuente fiable influye más en la gente que el mensaje mejor retransmitido del mundo. Las recomendaciones son el Santo Grial de la publicidad”. (Mark Zuckerberg)				
3	11 minutos	Sección: <i>Algo de Investigación</i>	Exposición inicial del tema de la emisión: Título: Aplicación de estrategias de marketing digital para atraer a estudiantes en educación superior Autor (es) Darwin René Caizaluisa Naranjo et al. Disponible En: Revista Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar Fecha 22 de Julio 2024				

El artículo menciona que en la actualidad existe un entorno altamente competitivo para la captación de estudiantes en educación superior, muchas instituciones enfrentan desafíos significativos para destacar y atraer a nuevos alumnos. La proliferación de instituciones educativas y el cambio en las preferencias y comportamientos de los estudiantes potenciales han hecho que las estrategias tradicionales de marketing sean menos efectivas. La falta de comprensión sobre cómo las estrategias de marketing digital pueden ser aplicadas de manera efectiva, para atraer estudiantes resulta en un uso subóptimo de los recursos y en oportunidades perdidas para aumentar la inscripción y mejorar la visibilidad de la institución.

Con el avance constante de la tecnología y la aparición de nuevas plataformas de redes sociales, es importante investigar la efectividad de estas nuevas herramientas en la atracción de estudiantes. Estudios futuros podrían analizar cómo plataformas emergentes y tecnologías como la realidad aumentada (AR) y la inteligencia artificial (IA) pueden ser utilizadas en el marketing educativo. Sería valioso investigar el impacto a largo plazo de las estrategias de marketing digital en la retención y satisfacción de los estudiantes. Este tipo de estudio podría proporcionar información sobre cómo las primeras impresiones creadas por las campañas digitales afectan la experiencia general del estudiante a lo largo de su carrera académica

Así mismo señala que la atracción de estudiantes no solo se mide cuantitativamente, sino también cualitativamente. Factores como la percepción de la institución, la reputación académica, la oferta de programas y la calidad del contenido promocional juegan un papel fundamental en esta variable. Por lo tanto, la variable dependiente refleja tanto el resultado en términos de números como el impacto en la percepción y decisión de los estudiantes

PREGUNTA 1 (¿Qué ofrece el CRAI para los Neotomasinos a nivel de espacios, servicios y recursos académicos?)

Realizar estudios comparativos entre diferentes regiones y países podría ofrecer una perspectiva más amplia sobre las mejores prácticas en marketing educativo. Entender cómo las estrategias varían según el contexto cultural y económico podría ayudar a las instituciones a adaptar sus enfoques para diferentes mercados. Investigar cómo la reputación en línea de una institución, incluyendo reseñas y comentarios de estudiantes en plataformas digitales, afecta la percepción y decisión de los estudiantes potenciales podría proporcionar insights valiosos para gestionar y mejorar la presencia digital de las instituciones educativas.

			Explorar métodos avanzados de segmentación y personalización utilizando big data y analítica predictiva puede revelar cómo las instituciones pueden dirigirse a nichos específicos de estudiantes con mensajes altamente personalizados y efectivos. Concluye el artículo mencionando que para las IES es fundamental que la información proporcionada en las campañas de marketing sea clara y detallada. Los estudiantes valoran la transparencia y desean tener toda la información necesaria para tomar decisiones informadas sobre su educación. Las instituciones deben implementar sistemas de medición y evaluación para monitorear la efectividad de sus campañas de marketing. Utilizar métricas como el engagement en redes sociales, el tráfico web y las tasas de conversión ayudará a identificar qué estrategias funcionan mejor y dónde se pueden realizar mejoras. Los testimonios de estudiantes actuales y egresados son una herramienta poderosa para construir confianza y credibilidad. Las instituciones deben integrar más testimonios en sus campañas de marketing para proporcionar una perspectiva real y genuina de la vida estudiantil. Pregunta 2 ¿Qué hace el CRAI para apoyar estratégicamente la vinculación de nuevos estudiantes a la SantoTo?
4	3 minutos	Pausa institucional	CUÑAS INSTITUCIONALES Y EVENTOS DE LA UNIVERSIDAD
5	3 minutos	Canción	Canción: https://www.youtube.com/watch?v=E4IQj5y26Hs crearé Tercer Cielo Preguntar al invitado el motivo de esta canción
6	10 minutos	Entrevista a Micrófonos al invitado	Entrevista a: Jesús Enrique González Exarcheas Profesional en Ciencia Política con énfasis en Relaciones Internacionales y Magíster en Administración MBA con énfasis en Mercadeo, con experiencia nacional e internacional con responsabilidades gerenciales y directivas en educación superior, especialmente en las áreas de marketing, comunicaciones y admisiones; coordinación y asesoría de proyectos en organizaciones internacionales y entidades de la administración pública, con una amplia y demostrada capacidad para liderar procesos y equipos orientados al logro de resultados de alto impacto, con habilidad para la comunicación asertiva, la toma de decisiones estratégicas, la negociación, las relaciones públicas y el trabajo comunitario.

			Es además TEDx Speaker, docente universitario de pregrado y posgrado, capacitador en habilidades blandas y coach de alto nivel certificado por ICF. Voluntario en proyectos, consultorías y asistencia humanitaria para los migrantes y refugiados en Colombia. Actualmente lidera la Dirección de Admisiones y Marketing de la SANTOTO Bogotá Carlos ¿Qué novedades tiene la SantoTo para este 2025 en programas académicos? <i>Se discute un poco la respuesta</i> María del Pilar: ¿Qué función cumplen los administrativos y docentes en el marketing institucional? <i>Se discute un poco la respuesta</i> Gabriel: ¿Cuál es el alcance de la dirección de marketing y mercadeo de la SantoTo en toda la comunidad universitaria? <i>Se discute un poco la respuesta</i> María del Pilar: ¿Cómo se proyecta el 2025 en cuestión de llevar a la SantoTo más allá de los límites? <i>Se discute un poco la respuesta</i>
7	12 minutos	Sección: <i>El CRAI-USTA lo Sabe</i>	Píldora informativa Crecimiento histórico de nuevos estudiantes en 2024. SantoTo virtual y SantoTo SUMMA
8	3 minutos	Sección: Canción	Canción: https://www.youtube.com/watch?v=qDML_BCju8 Survivor Preguntar al invitado el motivo de esta canción
9	4 minutos	Sección: <i>CRAI-USTA te informa</i>	Gabriel: <i>Lenguas Nativas y cosmovisión indígena</i> se llevará a cabo los días 19, 20 y 21 de febrero de 2025 en el auditorio del Museo de Arte Miguel Urrutia, ubicado en la Calle 11 # 4-21. Este 21 de febrero se conmemora el <i>Día Nacional de las Lenguas Nativas</i>, una oportunidad para visibilizar, recordar y mantener viva la diversidad lingüística de Colombia. Una de las actividades que se realizará en el marco de esta fecha se llevará a cabo en el Museo de Arte Miguel Urrutia, se trata del encuentro académico <i>Lenguas Nativas y cosmovisión indígena</i>. La entrada es libre. Durante tres días en el auditorio del museo se llevarán a cabo diferentes conversaciones para reflexionar sobre las lenguas originarias, que ya son parte fundamental del patrimonio inmaterial del país.

			Carlos: Noticia Institucional Hoy 17 de febrero es el último plazo para pagar tu matrícula y participar en el sorteo de una MacBook Air M2.
10	3 minutos	Despedida	Canción: https://www.youtube.com/watch?v=e-fA-gBCKj0 Bruno Mars Locked Out Of Heaven La letra hace referencia a que, en tiempos difíciles, hay que salir adelante con la vida.