

Implementación de piezas publicitarias y manejo del Micrositio para Educación

Continua Universidad Santo Tomás

Presentado por:

Oscar Andres Molina Moreno

Trabajo de grado para optar al título de

Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Fabio Alejandro Bastidas Mahecha

Mg. Relaciones y Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá

2022

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo está dedicado primeramente a mi mamá, quién ha sido mi motor y mi ejemplo a seguir por su esfuerzo, constancia, dedicación y su amor brindado para que yo sea un profesional y sobre todo un buen ser humano. Ella, quién con su carácter me ha forjado a ser un hombre con principios y valores, y quién siempre me ha enseñado a ser una persona verraca y ver la vida con otra perspectiva.

De igual forma, a mis abuelos por ser las personas más importantes en mi vida y quiénes han estado conmigo desde pequeño, enseñándome a través de su experiencia el verdadero significado de unión, amor y lealtad. También quiero dedicárselo a mi padre, quién ha sido mi guía y mi modelo de proyección profesional, quién con sus virtudes me ha enseñado el camino correcto.

A mis amigos, por estar en las buenas y en las malas, por aportar un granito de arena en esta experiencia académica y por todos los momentos vividos en estos fantásticos años. A mis docentes y a la Universidad Santo Tomás por enseñarme a crecer académica y laboralmente, pero sobre todo formarme como persona y como ser humano a través de la luz y la verdad.

RESUMEN

El presente escrito tiene como fin dar a conocer el proceso de la práctica profesional dentro de la Unidad de Educación Continua, la cual es una línea de acción en la Dirección de Proyección Social de la Universidad Santo Tomás con sede en Bogotá, Colombia.

Educación Continua es una unidad de apoyo y un ente que sirve como enlace entre las divisiones y facultades de la Universidad Santo Tomás, que busca ofrecer programas de calidad, que respondan a modelos de transformación educativa y de crecimiento profesional, para la competitividad del mundo laboral actual.

A partir de esto, mediante la experiencia y práctica profesional realizada en la Unidad de Educación Continua, se recopilaron una serie de datos que ayudaron a desarrollar un análisis de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que existían dentro de la Unidad. En función de ese análisis, se realizó un plan de mejora con la creación de una matriz de seguimiento de datos, que permitiera organizar de una forma más sistematizada la oferta disponible de la Unidad en cada una de sus divisiones académicas.

TABLA DE CONTENIDO

1. LA EMPRESA	6
1.1 Aspectos Generales	6
1.1.1 Misión	7
1.1.2 Visión	7
1.1.3 Valores	7
1.2 Ubicación geográfica	8
1.3 Estructura organizacional	9
1.4 Departamento en el que se desarrolla la práctica (Educación Continua)	9
1.4.1 Análisis DOFA	10
2. Planteamiento plan de mejora	11
2.1. Planteamiento Central del Informe de Prácticas Profesionales	11
2.2 Importancia, limitaciones y alcances	12
2.2.1 Importancia	12
2.2.2 Limitaciones	12
2.2.3 Alcances	12
2.3 Objetivos	13
2.3.1 Objetivo General	13
2.3.2 Objetivos Específicos	13
3. CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA	13
3.1 Propuesta del plan de mejora	13
3.2 Conclusiones	15

4. BIBLIOGRAFÍA	16
5. SEGUIMIENTO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	17
5.2 Cumplimiento de objetivos trazados por mes.	18
5.2.1 Ciclo I (7 Abril - 6 Mayo)	18
5.2.2 Ciclo II (7 Mayo - 6 Junio)	19
5.2.3 Ciclo III (7 Junio - 6 Julio)	20
5.2.4 Ciclo IV (7 Julio - 7 Agosto)	21
6. ANEXOS	22

1. LA EMPRESA

Universidad Santo Tomás, Proyección Social - Educación Continua.

1.1 Aspectos Generales

La Universidad Santo Tomás es una Institución de Educación Superior católica de carácter privado, sin ánimo de lucro y de orden nacional. Hace presencia en cinco ciudades del país con sedes y seccionales en Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Tunja y Villavicencio en la modalidad presencial y 23 Centros de Atención Universitaria CAU en la modalidad Abierta y a Distancia.

La Educación Continua en la Universidad Santo Tomás tiene como propósito brindar oportunidades de capacitación y actualización a la sociedad, permitiendo el mejoramiento de las condiciones de vida a nivel personal, familiar, profesional y comunitario. A su vez, promover la productividad y competitividad de las organizaciones.

1.1.1 Misión

A partir del pensamiento humanista cristiano de Tomás de Aquino, se busca actualizar y mejorar las competencias, habilidades, valores personales y organizacionales, a través del desarrollo de programas de formación continua, que respondan a las necesidades permanentes de profundización y actualización del conocimiento en el campo del humanismo, la ciencia y la tecnología, para que de manera ética, creativa y crítica respondan a los retos de la sociedad.

1.1.2 Visión

La Educación Continua en la Universidad Santo Tomás será referente de formación en la atención de necesidades de la comunidad y del sector empresarial, a través de currículos pertinentes que respondan a los contextos sociales, económicos, políticos, culturales y éticos.

Así la Universidad será una fuente que nutre a la sociedad, con el fin de abrir nuevos caminos que respondan a los desafíos del desarrollo sostenible, contribuyendo al fortalecimiento continuo entre la educación, el trabajo y el ámbito personal, aportando a la construcción del país.

1.1.3 Valores

- **Justicia:** principio moral que inclina a obrar y juzgar respetando la verdad y dando a cada uno lo que le corresponde.

- **Interdisciplinarietà:** es un término que expresa la cualidad de ser interdisciplinario. Es un campo de estudio que cruza los límites tradicionales entre varias disciplinas académicas, o entre varias escuelas de pensamiento, por el surgimiento de nuevas necesidades o del desarrollo de nuevos enfoques teóricos o técnicos.

- **Utilidad:** Capacidad que tiene una cosa de servir o de ser aprovechada para un fin determinado.

- **Aprendizaje Servicio:** El aprendizaje-servicio es una pedagogía que combina el currículo académico con el servicio comunitario, frecuentemente juvenil.

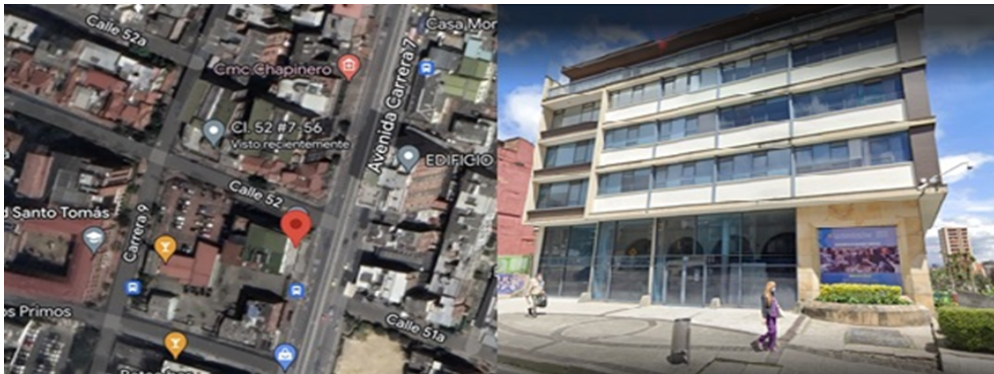
- **Bien común:** El bien común o procomún es un concepto que en general puede ser entendido como aquello de lo que se benefician todos los ciudadanos o como los sistemas sociales, instituciones y medios socioeconómicos de los cuales todos dependemos que funcionen de manera que beneficien a toda la gente.

- **Ecología integral:** de la relación entre los humanos y su entorno natural, social y ambiente construido

1.2 Ubicación geográfica

La unidad de proyección y extensión universitaria de la Universidad Santo Tomás, se encuentra ubicada en la Calle 52 No. 7 - 11 , en la localidad de Chapinero.

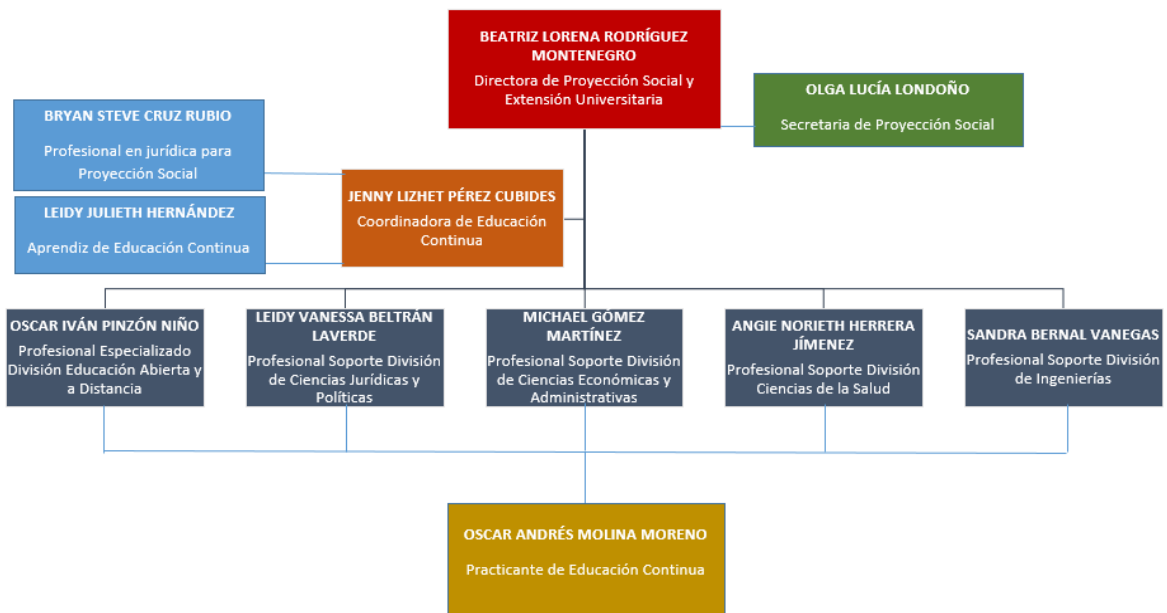
Figura 1. Ubicación Geográfica



Nota. Adaptado de Google, Google Maps. Ubicación Geográfica

1.3 Estructura organizacional

Figura 2. Organigrama



Nota. Elaboración propia a partir de la información brindada por la Unidad de Proyección Social

1.4 Departamento en el que se desarrolla la práctica (Educación Continua)

Las prácticas profesionales realizadas desde el 07 de abril de 2021 hasta el 07 de agosto de 2021, se desarrollaron en la línea de Educación Continua de la Unidad de Proyección Social de la Universidad Santo Tomás, la cual tiene como objetivo generar y fomentar diferentes oportunidades de capacitación y enseñanza a la sociedad, por medio de programas de formación continua como cursos, seminarios, diplomados, talleres, conferencias, cursos libres y webinars.

A través de estos, se busca implementar una mejora en las habilidades y competencias académicas, y de igual forma profundizar el conocimiento adquirido para la competitividad laboral y personal.

1.4.1 Análisis DOFA

Tabla 1. DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">- Falta de claridad en los roles y las funciones de cada uno de los trabajadores de Educación Continua.- Desorden y mal manejo en la base de datos principal.- Falta de comunicación entre Educación Continua y el Departamento de Mercadeo	<ul style="list-style-type: none">- Creación continua de programas y cursos de todas las facultades- Participación en la Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa (RECLA)

<p>para la implementación de piezas publicitarias.</p> <p>- Poca claridad entre Decanos de División, Decanos de Facultad y Educación Continua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cooperación en proyectos culturales, ambientales y educativos para un mejor impacto social - Aprovechamiento y buen uso de los recursos tecnológicos en época de pandemia
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas continuas con diferentes organizaciones y entidades locales e internacionales - Crecimiento organizacional y competitividad frente a otras universidades - Constante cambio de oferta de programas para todas las facultades de la universidad. - Uso de las TICS como recurso principal 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor control en los micrositos de educación continua de las demás universidades - Situación global debido a la pandemia del COVID-19 - Bajo aforo de estudiantes para cursar los programas de Educación Continua - Incremento de tarifas respecto a los recursos económicos de los participantes

Nota. Elaboración propia

2. PLANTEAMIENTO PLAN DE MEJORA

2.1. Planteamiento Central del Informe de Prácticas Profesionales

Partiendo del análisis DOFA anteriormente, se identifican alguna serie de debilidades y amenazas que perjudican en gran medida el buen manejo de Educación Continua y su oferta académica. Allí se generan una serie de dificultades como la mala administración de la base de datos principal, dónde el mayor problema se presenta en la eliminación, edición y corrección de todos y cada uno de los editores sin previo aviso de todos los programas que se ofertaron en Educación Continua en el año 2021.

La base de datos es un archivo de excel (Anexo 1) en dónde los Decanos de división, los Decanos de facultad, los Profesionales soportes de división, los Docentes de facultad y de igual manera el personal de Educación Continua tienen la capacidad de modificarlo. Al ser este un archivo compartido en drive, todos modificaban fechas de inicio, fechas de finalización, precios del programa, nombre de los cursos entre otros, por lo que generaba un atraso para el inicio de cada programa y su respectiva difusión con las piezas publicitarias y las pautas pagas por parte de la Universidad.

Es allí cuando se identifican fallas internas en la organización y se plantea organizar por completo la base de datos y solo se permite editar a las personas encargadas de cada división, así como de mi participación en la elaboración de las piezas publicitarias que están presupuestadas para cursarse mes a mes.

Además de ello, se establecen pautas con el equipo para el aprovechamiento de la oferta de Educación Continua y se abre una posibilidad de ofertar estos cursos a través de un micrositio web.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances

2.2.1 Importancia

- Instrumento útil para mostrar el funcionamiento de Educación Continua en las redes sociales y página web.
- El trabajo conjunto con el Departamento de Mercadeo facilitaba los procesos requeridos por cada una de las facultades.
- La comunicación asertiva con los Profesionales de cada división proporcionaba una mejora en la entrega de los proyectos.
- Esta práctica incentiva al usuario a ingresar al micrositio, el cuál le brinda la información necesaria para encontrar su mejor oferta.

2.2.2 Limitaciones

- Desacuerdo entre los Departamentos para iniciar la oferta en cada una de las divisiones.
- Falta de claridad en la revisión de los procesos de iniciación de ofertas académicas.
- Poca demanda en los diferentes cursos y reprogramación de los mismos.
- Los costos en ocasiones eran elevados y no generaban un margen de ganancia para la Facultad.

2.2.3 Alcances

- Mejorar la organización interna para los futuros practicantes.
- Dar a conocer mejor el rol que cumple Educación Continua y Proyección Social dentro de la Universidad Santo Tomás.
- Aumentar la relación entre Educación Continua - Departamento de Mercadeo - Profesionales de División.

- Facilitar mejor el proceso de pautas pagas dentro de las redes sociales para una mejor obtención de oferta académica

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Crear una matriz de seguimiento de datos en Excel, para organizar de una forma más sistematizada la oferta disponible de Educación Continua en cada una de sus divisiones académicas y tener una mayor interpretación a la hora de gestionar una oferta y trabajar en conjunto con el Departamento de Mercadeo y Promoción, para la divulgación y formalización de la misma.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar fallas en el funcionamiento de la oferta de Educación Continua y sus retrasos
- Buscar rutas alternativas de captación de público a través de las redes sociales y microsítio
- Ordenar la información a través de una matriz de seguimiento que facilite la filtración de búsqueda en los campos requeridos
- Optimizar los tiempos utilizados en la recolección de la información con la herramienta de la matriz de seguimiento.

3. CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA

Según el XI Encuentro Regional: Aprendizaje Ágil en Educación Continua y Corporativa, organizado por la Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa (RECLA) junto con la Universidad Ricardo Palma de Lima, Perú. Oscar Dalmau, Director del Centro de

Formación en Salud de la Unión del Consorcio de Formación en Cataluña, España y Edward Rubio, Director de la Educación Continua de la Universidad Ricardo Palma, en una de sus exposiciones denominada “*Una nueva cultura de aprendizaje en los modelos de capacitaciones corporativas*” definen la Educación Continua como: “Todo proceso de aprendizaje dinámico y permanente, que transforma y potencia el talento humano, desarrollando conocimientos, habilidades y competencias prácticas para su aplicación y adaptación en diferentes escenarios; fortaleciendo valores personales y profesionales para una cultura de cambio y sostenibilidad social.” (Recla, 2022). Siendo esta quien aporte un conjunto de actividades de formación, actualización, tanto en el desarrollo profesional como personal, permitiendo un acompañamiento hacia el crecimiento de la sociedad a lo largo de su vida, así como el de las organizaciones en el proceso de transferencia de conocimiento por parte de la Universidad como contribución al desarrollo de la sociedad. (Uniandes, Educación Continua, s.f.)

3.1 Propuesta del plan de mejora

La práctica profesional tuvo un gran propósito de fortalecer al máximo la Unidad de Proyección Social, en especial la sección de Educación Continua de la Universidad Santo Tomás. Allí se encontraron varias falencias que carecían de organización, trabajo en equipo y falta de comunicación, que a lo largo de la práctica profesional se fueron evidenciando. Además de ello, esta práctica fue la primera en crearse para este cargo, ya que se necesitaba de una obra en específico que apoyara y fuera el puente de enlace entre el Departamento de Mercadeo y Educación Continua, por lo tanto, no había una orientación y una experiencia laboral anteriormente que hubiera podido conducir a un patrón establecido para seguir con la obra o labor planteada para este cargo.

A partir de esto, se empieza a conocer un poco más a fondo el rol de la práctica, la captación de los problemas mencionados anteriormente y cómo desarrollar estos de una manera eficaz para sacar adelante el proyecto de la práctica profesional. Para esto se pretende crear una matriz, (*Anexo 2*) que permita formar una base de la oferta académica y tener un mayor control de datos de cada facultad y de cada división de la universidad. Este permite ordenar el tipo de oferta, ya sean diplomados, cursos, seminarios, talleres, webinars, congresos, eventos, entre otros. De igual forma permite ordenarlos por división, por facultad o departamento y el nombre correspondiente a la oferta académica (*Anexo 3*). Un aspecto importante fue el inicio de la pandemia, y como afectó en gran medida la oferta académica, hubo una notable disminución en los cursos pero se pudo acoplar el concepto de la virtualidad correctamente y muchos de estos cursos que antes se hacían netamente presencial, se les dió paso a esta nueva modalidad y respondieron bien, incluso algunas cursos se dieron en modalidad semipresencial y tuvieron buena acogida.

En esta matriz también se creó una lista de chequeo que pudiera agrupar ordenadamente los valores correspondientes a las ofertas en cuanto a inversión y sus fechas límites de pago, (*Anexo 4*) esto permitió tener un control de cada curso, para saber cuál era la cantidad exacta de estudiantes que iban a inscribirse por oferta, y además que tuviera el mínimo de inscritos para poder dar inicio a la oferta académica, de lo contrario tendría un aplazamiento hasta que se completara el cupo de los estudiantes.

En efecto, también se trabajó arduamente para que la matriz tuviera un link de formato de presentación, allí dentro de este link se desplazaría a una pequeña presentación, donde se encontraría un presupuesto hecho por la facultad y unidad académica, (*Anexo 5*) generando un excedente mayor al 19% y una vez pasada esta rentabilidad, se generaba un aval por el programa de Educación Continua, en este caso de la Directora de Proyección Social y su

respectivo Decano de Facultad. También se encontraría en este link de presentación dos avales para el inicio de la oferta académica, el primer aval estaría a cargo de la Vicerrectoría Académica General (VAG) y el otro de la Vicerrectoría Administrativa y Financiera (VAF) y por último se añadía el formato oficial de presentación del programa de Educación Continua (*Anexo 6*) y la pieza publicitaria (*Anexo 7*) avalada por la respectiva Facultad para dar inicio a su oferta académica.

Por otro lado, desempeñaba funciones de community manager en las redes sociales de Educación Continua, en esa misma línea se postearon las piezas publicitarias para Instagram y Facebook de la oferta académica. (*Anexo 8*) se hacía promoción y divulgación de cursos, webinars, actividades y demás, y se contestaron solicitudes de interesados por la oferta. Además, fue pieza clave para la realización del nuevo micrositio de Educación Continua siendo generador de contenido, editor de la página web y diseñador en temas de marketing digital.

3.2 Conclusiones

De acuerdo con lo planteado en el proyecto, se logra concluir que el rol que cumple el practicante dentro de la Unidad de Educación Continua, es apoyar y articular la oferta académica entre las divisiones y facultades, buscando ofrecer programas de calidad que respondan a modelos de transformación educativa, y del mismo modo ayudar a actualizar, documentar, y generar valor que permita captar a un público en específico, y así poder ofrecer herramientas educativas de calidad para los profesionales de hoy.

De igual forma, es importante concluir que mecanismos como la matriz de seguimiento y las estrategias de comercialización y difusión llevadas a cabo por el manejo de las redes sociales, ayudaron a tener una mayor organización dentro de la Unidad, y así mismo generó una captación de público mayor con buenos resultados para la realización de los proyectos

trazados mes a mes. De igual modo, esta matriz permitió una agilización en el proceso de búsqueda y redujo los tiempos empleados para ocuparse en otras actividades como la lista de chequeo cada facultad y el diseño del brochure de la oferta académica

Por otro lado, es importante resaltar que en la práctica profesional se cumplió con el objetivo propuesto de crear, diseñar, ordenar, esquematizar y desarrollar el micrositio web desde cero. Este tuvo un valor significativo para la unidad académica por dar a conocer en su totalidad el plan esquematizado de oferta académica 2021 que ofrecía cada facultad a través de la Unidad de Educación Continua (*Anexo 9*).

Esto generó mayor impacto económico dentro de la Unidad de Educación Continua como de la Universidad Santo Tomás, al difundir una variedad de ofertas que permitían a los estudiantes tener mayores opciones de optar por un curso o un diplomado y enriquecer su perfil profesional y personal. Además de ello, sirvió para que futuros practicantes tengan el conocimiento y sepan de la creación del micrositio y su modelo a seguir para trabajar en base a lo que algún día se creó con el equipo de trabajo dentro de la línea de acción de Educación Continua.

4. BIBLIOGRAFÍA

Universidad Santo Tomás | Inicio. (s. f.). 2021

Recuperado de <https://usantotomas.edu.co>

En investigación de Oscar Andrés Molina Moreno. (s. f.). *Misión, Visión*. 2021 de <https://educacioncontinua.usta.edu.co/index.php/nosotros-educ/mision-vision-objetivos>

Oscar Andrés Molina Moreno. (s. f.-b). *¿Quiénes somos?* 2021, de <https://proyeccionsocial.usta.edu.co/index.php/nosotros-educ/quienes-somos>

Recla. (2022). *RECLA – Red de Educación Continua de América Latina y Europa*.

RECLA. Recuperado de <https://recla.org/>

Ubicación geográfica. (2021). Google maps.

<https://www.google.com/maps/place/Universidad+Santo+Tom%C3%A1s./@4.6381156,-74.0642732,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x8fc21e52a6221d39!8m2!3d4.6381156!4d-74.0642732>

XI Encuentro Regional: Aprendizaje Ágil en Educación Continua y Corporativa. (2021, 12 mayo). Vicerrectoría de Vinculación con el Medio | Universidad de Santiago de Chile.

<https://www.vime.usach.cl/actividades/xi-encuentro-regional-aprendizaje-agil-en-educacion-continua-y-corporativa>

Recla, C. (2022, 13 junio). *Nueva definición de la educación continua*. RECLA.

<https://recla.org/blog/nueva-definicion-de-la-educacion-continua/>

Quiénes Somos. (s. f.). Educación Continua Uniandes. Recuperado 27 de octubre de 2022, de <https://educacioncontinua.uniandes.edu.co/es/programas/quienes-somos>

5. SEGUIMIENTO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

5.1. Programación de actividades

Tabla 2. Programación de actividades.

MES	ACTIVIDAD
ABRIL	<ul style="list-style-type: none">- Inducción de Educación Continua- Presentación del equipo de trabajo- Creación de correo institucional y documentación- Instrucciones acerca de las funciones del practicante- Distribución de trabajos entre Coordinador y Practicante- Entrega del dominio de las redes sociales- Trabajo conjunto del diseño del Micrositio de Educación Continua entre webmaster, diseñadora y practicante- Reuniones periódicas entre Educación Continua, Profesionales de división y Departamento Mercadeo
MAYO	<ul style="list-style-type: none">- Formalización Oferta Académica Mayo- Presentación de Profesionales de División- Manejos de presupuestos y revisión de excedentes- Verificación de fechas de inicios de las ofertas- Trabajo del boceto y diseño de la pieza publicitaria- Capacitación del manejo y edición del Micrositio- Representación de la Unidad de Educación Continua ante la Red de Educación Continua de América Latina y Europa

<p>JUNIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formalización Oferta Académica Junio - Creación de Brochure Educación Continua USTA - Dominio total del Micrositio de Educación Continua - Reunión de actividades comisión RECLA - Consecución de citas para manejo de agenda - Ajustes diseño de piezas publicitarias - Apertura de formalización académica con la División de Educación Abierta y a Distancia DUAD
<p>JULIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formalización de Oferta Académica periodo 2021-II - Oficializar cursos con cada Decano de Facultad - Convocatoria a los premios RECLA - Trabajo conjunto con Departamento Mercadeo - Edición y esquematización de Micrositio - Publicación de Oferta Académica en Facebook e Instagram - Estrategias de Mercadeo para apertura de nuevos cursos - Reposición de aplazamientos del semestre 2021-I para nuevas fechas en semestre 2021-II
<p>AGOSTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formalización Oferta Académica Agosto - Manejo de redes sociales Facebook e Instagram - Inducción a los nuevos practicantes - Entrega del puesto

5.2 Cumplimiento de objetivos trazados por mes.

5.2.1 Ciclo I (7 Abril - 6 Mayo)

En este primer ciclo se da apertura al cargo como practicante de Educación Continua, se realizaron actividades como reconocimiento del cargo, funciones generales y específicas dentro de la unidad, presentación ante el equipo de trabajo, empalme de cuál es el funcionamiento de Educación Continua dentro de la Universidad y lo que ofrece a la sociedad en general, contextualización de lo requerido en la práctica profesional e instrucciones acerca de las funciones del practicante.

Al inicio de la práctica se desarrolló un estudio general del funcionamiento de Educación Continua dentro de la Unidad de Proyección Social, y cómo era su articulación dentro de la Universidad Santo Tomás, una vez entendido esto, se inicia el trabajo con cada una de las divisiones y facultades para tener una parrilla de ofertas académicas que puedan ofrecer programas de calidad dentro y fuera de la universidad.

En un comienzo se hizo un análisis de oferta, se trabajó en el modelo de marketing, y luego se lanzó a través de piezas publicitarias teniendo como resultado, un modelo que fuera uniforme para trabajar con cada oferta de las facultades, y que cada división dentro de la Universidad estuviera de acuerdo en que así se iba a trabajar las piezas que serían ofertadas a través de nuestros canales de comunicación para el resto del semestre.

Logros:

- Entender cómo es la ruta de desarrollo de la práctica y el funcionamiento de Educación Continua.
- Captación de la oferta académica de cada una de las facultades y cuál es su público objetivo.

Dificultades:

- Al principio no tenía jefe, porque la persona que estaba en el cargo renunció, su reemplazo y quién fue mi jefe directo llegó una semana después.
- Se retrasó un poco el trabajo, pues no había una buena organización debido a los nuevos empleados que llegaron a la unidad.

5.2.2 Ciclo II (7 Mayo - 6 Junio)

En este segundo ciclo ya hay una consolidación y una mayor orientación a las tareas y funciones a desempeñar. Primero se gestiona uno a uno las formalizaciones de ofertas de todas las divisiones, se identifican los presupuestos y los excedentes de cada oferta, para que así se puedan dar un checklist y finalmente apertura. También se verifican las fechas de inicio y se dialoga con cada facultad, para determinar si es viable o no las fechas que están acordadas, y llegar a un acuerdo mutuo para las nuevas fechas de la oferta.

Se trabajó en la creación, diseño y modelo del nuevo Micrositio de Educación Continua, allí hubo capacitaciones acerca del manejo y edición de esta página web, se trabajó con el webmaster de la universidad, al igual que la diseñadora gráfica y se acordó que el manejo sería uniforme, respetando las líneas de diseño y teniendo una base gráfica para cada pieza publicitaria, al igual que la información suministrada para cada interesado fuera legible, atractiva y captadora.

Por otro lado, la Universidad Santo Tomás hace parte de la Red de Educación Continua de América Latina y Europa. Esta es una organización sin ánimo de lucro que facilita el networking y la internacionalización de la Educación Continua, además es una organización que comparte experiencias y buenas prácticas del conocimiento entre todas las universidades adscritas a la red. Un valor importante es la representación de la Universidad Santo Tomás

como miembro activo de esta red y uno de los más importantes en temas de participación y modelo a seguir.

Logros:

- Conocer la importancia del Mercadeo para el diseño, creación y desarrollo de las piezas publicitarias, como pautar, difundir y publicar la oferta.
- Entender todo el proceso de creación y edición de una página web, respetar una línea gráfica y editar en código HTML.

Dificultades:

- Tuve que representar en mi nombre a la Universidad en la red de Educación Continua de América Latina y Europa (RECLA) sin tener ninguna experiencia u orientación.

5.2.3 Ciclo III (7 Junio - 6 Julio)

En este tercer ciclo se creó un brochure de Educación Continua, este tuvo la finalidad de tener una parrilla de toda la oferta académica para el segundo semestre del año. Se diseñó junto con el Departamento de Mercadeo y su concepto era organizar y tener la información más importante de cada oferta, y luego publicarla en las redes sociales para que fuera atractiva al público en general.

Este ciclo fue tal vez el más importante, porque ya se tenía un dominio total del Micrositio, se hizo el ajuste final de las piezas publicitarias y sus respectivas difusiones tanto en redes sociales como en la página web de la unidad.

Además se fortaleció el vínculo y la comunicación entre el Departamento de Mercadeo y Educación Continua y se estableció que toda información que se encuentra dentro de cada pieza publicitaria debía contener un 20% de texto, dado a que esos eran los requisitos para

poderla incluir dentro de la pauta publicitaria paga, por lo tanto se dejaron estructuradas de manera que únicamente tengan esa información. Allí se le entregaba a cada profesional de división y a cada decano de la facultad, y una vez ellos avalaron la pieza publicitaria esta se incluía dentro del micrositio, dónde tendría la información en detalle, como precio, cupos disponibles, objetivos, justificación, segmentación, contenidos, programación, etc.

Logros:

- Difundir en redes sociales, interactuar con los usuarios a través de PQRS, crear contenido nuevo, entre otros.
- Aprender el uso básico de plataformas de edición como Adobe Illustrator y Adobe Photoshop

Dificultades:

- La comunicación con los decanos de facultad era algo compleja, ya que al ser decanos tienen toda la autoridad ante un practicante, por lo que era muy difícil hacerles entender que no podían modificar o agregar más del 20% de información a una pieza publicitaria.

5.2.4 Ciclo IV (7 Julio - 7 Agosto)

En este cuarto y último ciclo se realizaron las actividades mencionadas en los ciclos anteriores y además de ello se dejó hecha la formalización de toda la oferta académica para el segundo semestre del año. Además, se realizó la respectiva inducción a dos estudiantes de la universidad, quienes se encargaron de hacer el mismo trabajo que se realizó en la práctica, y también se entregó las cuentas de las redes sociales de Instagram y Facebook, del dominio del Micrositio y del correo institucional.

Logros:

- Al crear la matriz de seguimiento se tuvo una mayor organización y permitió mejorar los procesos dentro de la Unidad de Educación Continua.
- Crecieron considerablemente los seguidores y vistas dentro de las redes sociales a raíz de la publicación de contenido.
- Hubo un mejor manejo y comunicación con los profesionales de división y los decanos de facultad.
- Experiencia adquirida a lo largo de la práctica profesional dejando grandes conocimientos a futuro.

6. ANEXOS

Anexo 1. Oferta Educación Continua

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	AF
1	DIVISIÓN	FACULTAD O DEPARTAMENTO	FACULTAD/DEPARTAMENTO	CAU	OFERTA ABIERTA O CERRADA	CÓDIGO SAC	NOMBRE	TIPO DE OFERTA	MODALIDAD	FECHA INICIO MM/DIA	FECHA FINAL MM/DIA	
279	CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS	DERECHO	DERECHO	NO APLICA	CERRADA	15190	DIPLOMADO CONCILIACIÓN EXTRAJUDICIAL EN DERECHO 2021-1	DIPLOMADOS	VIRTUAL	Apr-5	May-15	
280	CIENCIAS DE LA SALUD	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA	NO APLICA	ABIERTA	No lleva	Webinar Salud Mental y ejercicio Físico	WEBINARS	VIRTUAL	Apr-9	Apr-9	
281	CIENCIAS DE LA SALUD	CULTURA FÍSICA DEPORTE Y RECREACIÓN	CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN	NO APLICA	ABIERTA	No lleva	Ciclo de Webinars "La incidencia de la Educación física en la modalidad educativa inclusiva o para la inclusión"	WEBINARS	VIRTUAL	Apr-13	May-4	
282	CIENCIAS Y TECN	CIENCIAS Y TECNOLOGIA	INSTRUCCION EN ARQUITECTURA E ING	TODOS	ABIERTA	80062	Diplomado en Contabilidad y proyectos para constructores	DIPLOMADOS	VIRTUAL	Apr-20	Jun-25	
283	CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS	DERECHO	DERECHO	NO APLICA	ABIERTA	15196	CURSO DE ACTUALIZACIÓN EN DERECHO LABORAL Y SEGURIDAD SOCIAL 2021-1	CURSOS	VIRTUAL	Apr-26	May-5	
284	CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	BOGOTÁ	CERRADA	PENDIENTE	PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL	WEBINARS	PMT	Apr-28	Apr-28	
285	CIENCIAS Y TECNOLOGIA	CIENCIAS Y TECNOLOGIA	C&T-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	BOGOTÁ	CERRADA	80051	Diplomado en Administración de Edificios y Conjuntos	DIPLOMADOS	VIRTUAL	May-3	Jul-3	
286	CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	NEGOCIOS INTERNACIONALES	ECONOMIA	NO APLICA	ABIERTA	15195	CONGRESO DE ECONOMIA	CONGRESOS	VIRTUAL	May-5	May-5	
287	CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	NEGOCIOS INTERNACIONALES	Maestría en Gestión del Talento Humano	BOGOTÁ	ABIERTA	PENDIENTE	HABILIDADES CLAVES DEL EMPRENDEDOR EN ENTORNOS VOLATILES	WEBINARS	VIRTUAL	May-6	May-6	
288	CIENCIAS Y TECNOLOGIA	CIENCIAS Y TECNOLOGIA	INSTRUCCION EN ARQUITECTURA E ING	BOGOTÁ	CERRADA	80069	Seminario Construcción en madera	SEMINARIOS	VIRTUAL	May-7	Jun-7	

Nota: Elaboración Propia

Anexo 2. Matriz de seguimiento

MATRIZ SEGUIMIENTO OFERTA EDUCACIÓN CONTINUA

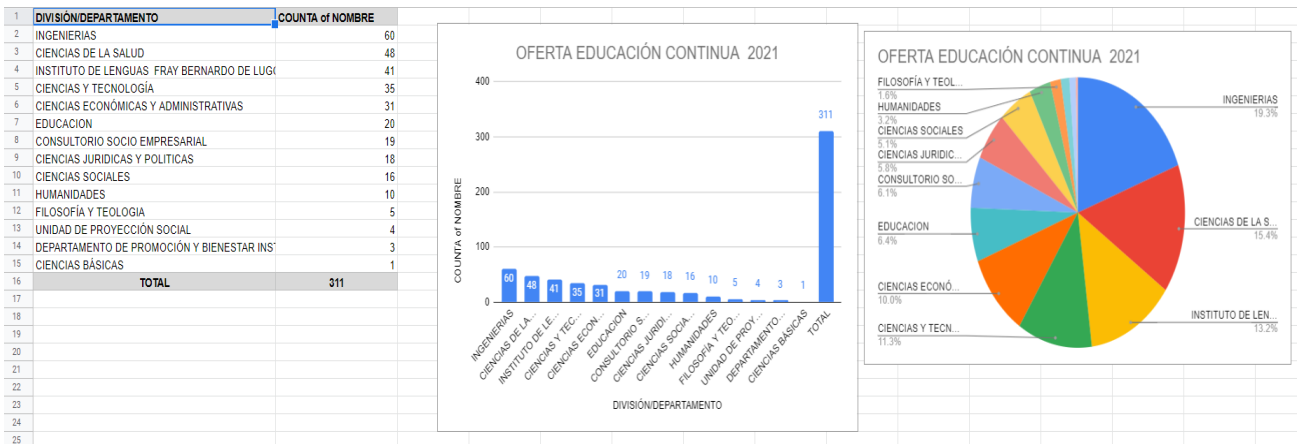
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

90%

	A	B	C	D	E
1	TIPO DE OFERTA	APERTURADO	DIVISION/DEPARTAMENTO	FACULTAD/DEPARTAMENTO	PROGRAMA ACADÉMICO
2	DIPLOMADOS	SI	INGENIERIAS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	Maestría en Actividad Física para la Salud
3	CURSOS	APLAZADO	CIENCIAS DE LA SALUD	ECONOMIA	CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN
4	SEMINARIOS	NO	CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS	ESTADISTICA	Doctorado en Psicología
5	TALLERES		CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS	CONTADURIA PUBLICA	Especialización en Psicología Jurídica y Forense
6	CONFERENCIAS		CIENCIAS SOCIALES	MERCADEO	Maestría en Psicología Clínica y de la Familia
7	CURSOS LIBRES		CIENCIAS Y TECNOLOGIA	NEGOCIOS INTERNACIONALES	Maestría en Psicología Jurídica
8	WEBINARS		EDUCACION	CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN	PSICOLOGÍA
9	CONGRESOS		FILOSOFIA Y TEOLOGIA	PSICOLOGIA	Especialización en Finanzas
10	EVENTOS		HUMANIDADES	GOBIERNO Y RELACIONES INTERNACIONALES	Especialización en Gerencia Empresarial
11			CIENCIAS BÁSICAS	DERECHO	Maestría en Administración MBA
12			INSTITUTO DE LENGUAS FRAY BERNARDO DE LUGO, O.P.	DISEÑO GRAFICO	Maestría en Gestión del Talento Humano
13			CONSULTORIO SOCIO EMPRESARIAL	COMUNICACIÓN SOCIAL	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
14			DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN Y BIENESTAR INS	SOCIOLOGIA	Especialización en Auditoría de Sistemas
15			UNIDAD DE PROYECCIÓN SOCIAL	FILOSOFIA	Especialización en Auditoría y Administración de la Información Tri
16				TEOLOGIA	CONTADURIA PUBLICA
17				INGENIERIA AMBIENTAL	Especialización en Auditoría de Salud
18				INGENIERIA CIVIL	Especialización en Gerencia de Instituciones de Seguridad Social er
19				INGENIERIA ELECTRONICA	Maestría en Ciencias Económicas
20				INGENIERIA INDUSTRIAL	ECONOMIA
21				INGENIERIA MECANICA	Maestría en Estadística Aplicada
22				INGENIERIA TELECOMUNICACIONES	ESTADISTICA
23				EDUCACIÓN	MERCADEO
24					Especialización en Gerencia de Negocios Internacionales

Nota: Elaboración Propia

Anexo 3. Matriz de seguimiento




Nota: Elaboración Propia

Anexo 4. Matriz de seguimiento

1	DIVISIÓN	D O DEPART	AD/DEPART	CAU	ABIERTA O C	CÓDIGO SAC	NOMBRE	PO DE OFER	MODALIDAD	FECHA INIC/ MM/DIA	FECHA FINAL MM/DIA	PERTURAD	DE PARTIC	QUE VALE L	LIMITE PAR	
2	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	CULTURA FÍSIC	NO APLICA		ABIERTA	15200	Curso Vendajes	CURSOS	PRESENCIAL	Jun-18	Jun-18	NO		20 \$ 400,000	Jun-11	
4	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	Maestría en Acti	NO APLICA		ABIERTA	15251	Métodos y presc	CURSOS	SEMIPRESENC	2022	2022	NO		Externos: 10 Internos: 5 Egresados o ma	Externos: 480.00 Internos: 432.00 Egresados o ma	Jul-15
5	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	Maestría en Acti	NO APLICA		ABIERTA		Tecnologías en I	CURSOS	PMT	2022	2022	NO		Externos: 6 Internos: 6 Egresados o ma	Externos: 580.00 Internos: 522.00 Egresados o ma	Jul-18
6	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	CULTURA FÍSIC	NO APLICA		ABIERTA	15231	Entrenamiento y	CURSOS	SEMIPRESENC	Jun-5	Jul-31	NO		14 \$ 320,000	May-28	
8	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	CULTURA FÍSIC	NO APLICA		ABIERTA	15230	Pedagogía y did	CURSOS	SEMIPRESENC	Jun-4	Jul-30	NO		14 \$ 320,000	May-28	
10	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	Maestría en Acti	NO APLICA		ABIERTA	15253	Cuerpo y Educa	CURSOS	PMT	2022	2022	NO		Externos: 8 Internos: 8 Egresados o ma	Externos: \$ 580. Internos: \$ 522.0 Egresados o ma	Jul-7
12	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	CULTURA FÍSIC	NO APLICA		ABIERTA	15268	Experiencias rec	CURSOS	SEMIPRESENC	Aug-18	Oct-22	NO		30 Externo: 400.001 Interno: 360.000 ago 8		
18	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	CULTURA FÍSIC	NO APLICA		ABIERTA	15267	Recreación Adaj	CURSOS	SEMIPRESENC	Aug-5	Aug-24	NO		25 Externos: 320.000 Internos: 288.000		
19	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	Maestría en Acti	NO APLICA		CERRADA	15252	Tecnologías en I	CURSOS	PMT	Aug-31	Jan-12	SI		60 850000	PAGO ICETEX	
21	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	CULTURA FÍSIC	NO APLICA		ABIERTA	15304	Entrenamiento d	CURSOS	PRESENCIAL	Oct-8	Oct-29	APLAZADO		35 \$ 290,000	Oct 8	
22	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	Maestría en Acti	NO APLICA		ABIERTA	15353	Nutrición, alimer	CURSOS	SEMIPRESENC	Oct-16	Oct-30	NO		7 \$ 810,000 extern	Oct 16	
23	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	Maestría en Acti	NO APLICA		ABIERTA	15060	Biomecánica Ap	CURSOS	PMT	Oct-19	Nov-4	NO		10 \$ 680,000 extern	Oct 19	
24	CIENCIAS DE L CULTURA FÍSIC	Maestría en Acti	NO APLICA		ABIERTA	15303	Ciencias aplicad	CURSOS	PMT	Oct-20	Nov-13	NO		15 \$ 810,000 extern	Oct 20	

Nota: Elaboración Propia


Anexo 5. Presupuesto de programas de Educación Continua Facultad de Economía

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA		PRESUPUESTO DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUA		
Codigo: PS-BO-F-029		Versión: 01	Emisión: 18-03-2019	Página 1 de 1
FACULTAD/ UNIDAD ACADÉMICA	Facultad de Economía			
PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUA:	Machine learning para Economistas			
INICIA :	8 de Junio de 2021			
TERMINA:	29 de julio de 2021			
INGRESOS				
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
Ingresos Inscripciones				
Participantes (Externos)	5	\$ 1.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Descuento (Participantes Internos)	15	\$ 800.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
TOTAL INGRESOS				\$ 17.000.000
EGRESOS				
Rubros	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
Honorarios				\$ 6.300.000
Docentes hora presencial	70	\$ 90.000	\$ 6.300.000	
Apoyo técnico			\$ -	
Elaboración de módulos Educación Continua			\$ -	
Tiquetes				\$ -
Nacionales (doble trayecto)			\$ -	
Internacionales (doble trayecto)			\$ -	
Alojamiento y Alimentación				\$ -
Viaticos			\$ -	
Trasportes terrestre			\$ -	
Materiales Participantes				\$ 520.000
Kit de Materiales	20	\$ 23.000	\$ 460.000	
Certificados	20	\$ 3.000	\$ 60.000	
Refrigerios				\$ -
Refrigerios			\$ -	
Almuerzos			\$ -	
Estación de café			\$ -	
Cóctel			\$ -	
Espacios físicos				\$ -
Aula de clase			\$ -	
Auditorio			\$ -	
Gestión de servicio Educación virtual				\$ -
Servidor, canal de internet, administración de servicio y admon académica, infraestructura			\$ -	
Otros				\$ 125.916
Sala zoom (1 sala por 2 meses)	2	\$ 62.958	\$ 125.916	
			\$ -	
SUBTOTAL DE EGRESOS				\$ 6.945.916
GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$ 3.400.000
TOTAL EGRESOS				\$ 10.345.916
EXCEDENTE				\$ 6.654.084
NOTA: El curso tiene una intensidad de 80 horas: 70 horas serán contratadas mediante orden de prestación de servicios y 10 horas serán asumidas por un docente de la facultad.				
NOTA 2: Los participantes internos corresponden a estudiantes y/o egresados de pregrado y posgrado de la facultad de economía; los				

39%

Nota: Elaboración Propia

Anexo 6. Ejemplo de presentación del programa Educación Continua

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA	PRESENTACIÓN DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUA		
Código: 2020-F-127	Versión: 01	Emisión: 30 - 04 - 2014	Página 2 de 10
Realizar una descripción del programa donde se establezcan los fundamentos legales y/o teóricos que sustentan el programa			
<p>Este curso está dirigido a estudiantes de pregrado y posgrado, profesionales e investigadores de diferentes áreas de conocimiento como las explorarán los algoritmos de machine learning más utilizados en la industria y en la academia tanto del aprendizaje supervisado como del no supervisado. Se construirán un puente entre la teoría y la práctica a través de la elaboración permanente de ejercicios destinados a consolidar lo aprendido. estadísticas y de programación necesarias, el curso ofrece lo necesario. Se espera que los estudiantes al final del curso puedan implementar soluciones profesionales.</p>			
Describe los objetivos o propósitos formativos del programa			
OBJETIVO GENERAL			
Proporcionar conocimientos de los principales algoritmos de machine learning utilizados en la industria y la academia para problemas de esta derivados.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:			
Brindar las competencias de programación básica e intermedia del lenguaje de programación python.			
Proporcionar los conocimientos necesarios para el manejo de datos, depuración, descripción y visualización.			
Examinar con los estudiantes los principales algoritmos utilizados en machine learning.			
Aplicar los algoritmos aprendidos al análisis de situaciones reales del sector privado y público.			

Nota: *Elaboración Propia*

Anexo 7. Piezas publicitarias Educación Continua

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Curso Machine Learning para Economistas

División de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad de Economía

Inicia 1 de junio

Inscríbete Aquí

- Duración: 80 horas
- Modalidad: Presencial
- mediado por TIC

Inversión: Internos \$ 800.000
Externos \$ 1'000.000

WWW.USTA.EDU.CO
313 204 8451
597 87 97

Nota: Elaboración Propia

Anexo 8. Redes sociales de la Unidad de Proyección Social (Instagram y Facebook)

usta_rsu 9+

Ver panel para profesionales

 690 Publicaciones 853 Seguidores 194 Seguidos

Unidad de Proyección Social
Producto/servicio
En búsqueda de la transformación social mediante el trabajo participativo y creativo con comunidades y la academia.
👉 Enlace micrositio
proyeccionsocial.usta.edu.co/
Ver traducción

Editar perfil Herramientas

Estadísticas Agregar tienda Correo electrónico

DesarrolloC... Emprendimi... EducaciónC... Asesorías/c... Relaciones...





Usta Cps



Usta Cps

Universidad Santo Tomás
Unidad de Proyección Social
Calle 52 n°. 7 - 11, Piso 7

Agregar a historia

Editar perfil



Ve tu perfil como "Público"

Podrás comprobar cómo ven tu perfil las personas que no están en tu lista de amigos.

Ahora no

Ver como "Público"



Inicio



Watch



Marketplace



Feeds



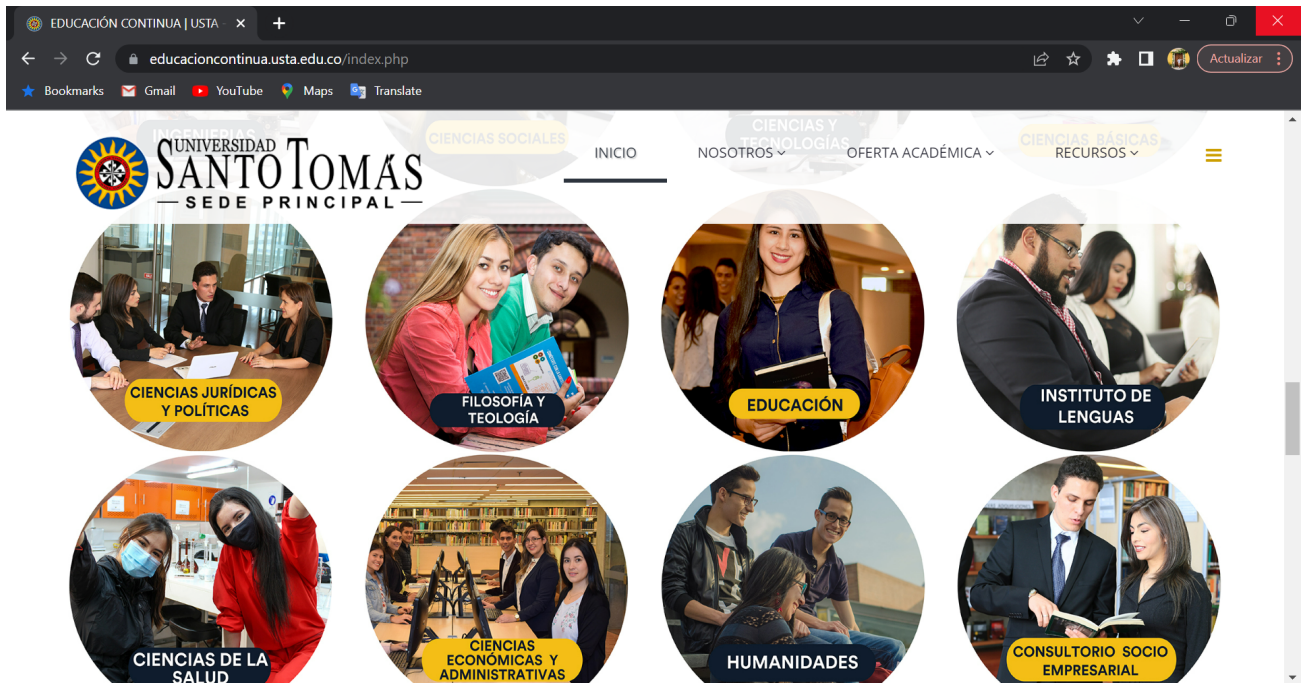
Notificaciones



Menú

Nota: Elaboración Propia

Anexo 9, Micrositio de Educación Continua



Nota: *Elaboración Propia*