

**PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LA EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

### 1. OBJETIVO

Este procedimiento tiene por objeto establecer las políticas o condiciones, actividades, responsabilidades y controles para lograr establecer las estrategias y actividades relacionadas con la promoción y mercadeo de los productos, servicios y resultados asociados a la extensión y proyección social de la Universidad.

### 2. ALCANCE

Este procedimiento aplica a la Vicerrectoría de Investigaciones, Extensión y Proyección Social y a todo el personal que lo comprende, trata los aspectos que deben considerarse.

De igual forma a los grupos de investigación y docentes que desarrollen productos y servicios para realizar transferencia tecnológica y a las unidades académicas o administrativas de la Universidad que desarrollen actividades de proyección social o que requieran realizar este proceso.

### 3. RESPONSABLES

#### 3.1 VICERRECTORA/VICERRECTOR DE INVESTIGACIONES

Es el responsable de que este procedimiento se cumpla, identificar oportunidades para la promoción y mercadeo de la extensión y proyección social y promover la realización de alianzas y acuerdos con entidades de carácter nacional e internacional, que faciliten y promuevan el desarrollo de la función de extensión y proyección social.

#### 3.2 JEFA/JEFE DEPARTAMENTO DE EXTENSIÓN

Es el responsable de establecer y mantener vínculos con organismos e instituciones que ejecuten, financien, investiguen o divulguen actividades de extensión.

#### 3.3 COMITÉ MISIONAL DE EXTENSIÓN

Es el responsable supervisar e informar periódicamente a las instancias pertinentes sobre las actividades de extensión, promover el desarrollo de nuevos programas y proyectos de extensión y establecer interrelación entre la Universidad y la comunidad con el objeto de hacer visible la extensión.

### 3. GLOSARIO

Para facilitar la comprensión del presente documento, se definen los siguientes términos:

- **Promoción:** La promoción es el elemento de la mezcla de mercadotecnia de una organización que sirve para informar al mercado o persuadirlo respecto a sus productos y servicios.

Revisado por: Angel Britton	Aprobado por: Rafaela Vos Obeso
Cargo: Representante de la Dirección	Cargo: Vicerrectora de Investigación Extensión y Proyección Social
Firma:	Firma:
Fecha: Noviembre 25 de 2009	Fecha: Noviembre 25 de 2009

**PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LA EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

- **Mercadeo:** Es la función cuya finalidad es orientar la institución hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus cursos y a su saber-hacer, y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad.

**4. POLITICAS Y CONDICIONES DE OPERACIÓN**

Para propósitos de este procedimiento, deberán cumplirse las siguientes condiciones:

- Todos los grupos de Investigación deben inscribir y mantener actualizada la ficha para el portafolio de productos y servicios, de tal forma que se pueda contar con información precisa para promover sus productos y servicios.
- La información concerniente a la oferta de productos y servicios está disponible en la página web de la Universidad en el link de investigaciones para su respectiva promoción y divulgación.
- Los Comités Misionales de cada Unidad Académica deben mantener actualizada la información concerniente a los resultados de los procesos de extensión ante la Vicerrectoría de Investigaciones, Extensión y Proyección Social, de tal forma que se pueda realizar la respectiva divulgación y socialización de la misma.
- Las Unidades académicas o diferentes instancias de la Universidad deben proporcionar información sobre los diferentes programas y proyectos de extensión y proyección social que realiza a fin de realizar su respectiva divulgación y promoción en el medio externo.

**5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

No.	Descripción	Responsables	Documento/ Registros
1	Identificar necesidades en el entorno por áreas estratégicas. Revisar documentos claves tales como planes de desarrollo, políticas nacionales y regionales en ciencia y tecnología y convocatorias a fin de identificar oportunidades para la presentación de propuestas, proyectos o promocionar los productos y servicios de la Universidad.	Vicerrectora/Vicerrector de Investigaciones, extensión y Proyección Social Jefa/Jefe de Extensión y Proyección Social Comités Misionales	Reportes de oportunidades detectadas
2	Diseñar presupuesto para el mercadeo de productos y servicios. Establecer la proyección del costo de realizar actividades, materiales y procesos de promoción y mercadeo.	Vicerrectora/Vicerrector de Investigaciones, extensión y Proyección Social Jefa/Jefe de Extensión y Proyección Social Comités Misionales	Presupuesto de promoción y mercadeo
3	Diseñar programa de promoción de productos y servicios. Establecer un plan que permita direccionar las actividades de promoción de los productos, asociado al uso de la página web, diseño de material promocional y participación en eventos.	Vicerrectora/Vicerrector de Investigaciones, extensión y Proyección Social Jefa/Jefe de Extensión y Proyección Social Comités Misionales	Plan de promoción y mercadeo

**PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LA EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

No.	Descripción	Responsables	Documento/ Registros
	Diseñar y actualizar portafolio de productos y servicios. Mediante comunicación escrita se solicita a los grupos de investigación, unidades académicas diligenciar la ficha para el levantamiento de información para la promoción y divulgación a través del portafolio y remitir esta información a la Vicerrectoría .	Jefa/Jefe de Extensión y Proyección social Profesional Universitario	Comunicaciones enviadas a grupos de investigación y unidades académicas. Formato de ficha técnica de portafolio
4	Identificación y selección de información para la promoción en la WEB. Identificar en las diferentes unidades académicas: 1. Programas y proyectos especiales 2. Eventos 3. Actividades de educación continua 4. Resultados de gestión  Para ser publicados en el link de extensión de la pagina web.	Jefa/Jefe de Extensión y Proyección social Profesional Universitario Comités Misionales de Extensión	Registro de información identificada. Información ubicada en la página web.
5	Diseñar y actualizar base de datos de clientes y aliados potenciales. Identificar aliados potenciales, ingresarlos en una base de datos y hacer seguimiento de los contactos y actividades realizadas. Identificar potenciales aliados para realizar convenios u acuerdos estratégicos.	Vicerrectora/Vicerrector de Investigaciones, extensión y Proyección Social Jefa/Jefe de Extensión y Proyección Social Comités Misionales	Base de datos de clientes y aliados potenciales
6	Diseñar e divulgar material promocional. Recopilar, revisar información, clasificar y diseñar material promocional, tales como: plegables, portafolio, afiches, y plantillas en la web que permitan socializar la información relacionada a extensión y proyección social.	Jefa/Jefe de Extensión y Proyección social Profesional Universitario	Plegables Afiches Link en la pagina web
7	Establecer alianzas estratégicas interinstitucionales. Concertar reuniones de acercamiento ante potenciales aliados institucionales a fin de establecer acuerdos de colaboración, identificar posibles proyectos y realizar contrataciones.	Vicerrectora/Vicerrector de Investigaciones, extensión y Proyección Social Jefa/Jefe de Extensión y Proyección Social Comités Misionales	Registros de visitas
8	Identificar eventos, muestras, programas y convocatorias en los que la Universidad pueda participar para promocionar sus productos. A partir de procesos de vigilancia tecnológica identificar eventos, muestras, programas y convocatorias en los que la Universidad pueda participar, luego de identificada la información se socializa entre los grupos de investigación, se identifican posibles participantes y se apoya en el proceso de participación en los mismos.	Vicerrectora/Vicerrector de Investigaciones, extensión y Proyección Social Jefa/Jefe de Extensión y Proyección Social Comités Misionales	Comunicados enviados a los grupos de investigación. Registro de participación en eventos

**6. NORMATIVIDAD Y DOCUMENTOS DE REFERENCIA**

- Acuerdo 02 del 16 de febrero de 2009: Estatutos de Extensión y Proyección Social.

**7. REGISTROS**

**PROCEDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LA EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

- Reportes de oportunidades detectadas
- Presupuesto de promoción y mercadeo
- Plan de promoción y mercadeo
- Formato de ficha técnica de portafolio
- Registro de información identificada.
- Información ubicada en la página web.
- Base de datos de clientes y aliados potenciales
- Plegables
- Afiches
- Link en la pagina web
- Registros de visitas
- Comunicados enviados a los grupos de investigación.
- Registro de participación en eventos

**8. CONTROL DE CAMBIOS**

VER	FECHA	ELABORÓ	DESCRIPCIÓN
0	Noviembre 24 de 2009	Ing. Gloria Naranjo – Lic. John Rueda	VERSIÓN ORIGINAL