



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Colombia

## RESOLUCIÓN N.º. 685

(Modificación de la Resolución No. 577 del 05 de octubre de 2012)

### EL RECTOR DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

#### CONSIDERANDO:

1. Que la Universidad ha tenido transformaciones institucionales importantes ampliando su oferta académica a nuevos programas con nuevas modalidades, generando la necesidad de contar con una visión integral del mercadeo de los programas académicos.
2. Que el Consejo Directivo Universitario en sesión llevada a cabo el 29 de abril de 2020, Acta 906, aprobó la actualización del Reglamento Orgánico de la Sede Central, en el cual se planteó la creación de la Dirección de Mercadeo de Programas Académicos, la cual estará adscrita a la Vicerrectoría Académica.
3. Que de acuerdo con los numerales 118 y 120, literal p de los Estatutos corresponde al Rector de la Universidad la dirección general de la misma.

#### RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO** – Aprobar la modificación de la Resolución Rectoral No. 577 del 05 de octubre de 2012, adicionando dos artículos referentes a la definición y funciones de la Dirección de Mercadeo de Programas Académicos, así:

***“ARTÍCULO SÉPTIMO.** La Dirección de Mercadeo de Programas Académicos es la unidad de la Vicerrectoría Académica encargada de planear, dirigir e implementar las estrategias de mercadeo para todos los programas académicos conducentes a título universitario de la Sede Central de la Universidad, contribuyendo al posicionamiento de marca y a la construcción de nuevas oportunidades de oferta de valor, que en su conjunto permitan*

*alcanzar la meta de ingresos de estudiantes, de acuerdo con las orientaciones y políticas institucionales.*

**“ARTÍCULO OCTAVO.** *Son funciones de la Dirección de Mercadeo de Programas Académicos:*

- a. Conocer y analizar de manera continua y sistemática el comportamiento de la demanda del sector de Educación media y Educación superior.*
- b. Establecer estrategias que permitan conocer la competencia, monitorear el mercado actual y potencial, y hacer una apropiada segmentación, con el fin de contribuir al logro de los compromisos presupuestales de los programas académicos.*
- c. Definir, implementar y gestionar, las estrategias de mercadeo y promoción, con énfasis en lo digital, de todos los programas académicos conducentes a título universitario (presenciales, virtuales, en extensión) de la Universidad.*
- d. Definir, desarrollar y promover la articulación de los procesos de promoción, mercadeo y comunicación tanto a nivel estratégico como táctico entre todas las unidades de la Universidad, según su ámbito de competencia, procurando la consistencia en la ejecución de los mismos.*
- e. Implementar las estrategias y actividades de mercadeo que se definan con los programas académicos conducentes a título universitario de la Sede Central de la Universidad, garantizando eficiencia en la utilización de los recursos y procurando que el desarrollo de las actividades correspondientes se ejecute de manera coordinada y consistente entre todas las instancias internas o externas que intervengan en la operación.*
- f. Establecer y propiciar alianzas a nivel nacional e internacional que apoyen los procesos de mercadeo de los programas académicos de su ámbito de competencia, así como gestionar los convenios y eventos que mejoren permanentemente la visibilización de la Universidad y su oferta académica.*
- g. Conocer y divulgar a través de sus estrategias y procesos de comunicación, los logros de la Universidad que evidencien la excelencia y calidad de los programas académicos ofertados conducentes a título universitario en la Sede Central de la Universidad, a nivel institucional y su Campus, como mecanismos de diferenciación y posicionamiento a nivel de formación universitaria.*
- h. Diseñar procesos que permitan analizar permanentemente la información disponible de candidatos estableciendo e implementando procesos de análisis de datos y recolección de información que permita dinamizar las estrategias de seguimiento a interesados para oferta de servicios”.*

**ARTÍCULO SEGUNDO-** La presente Resolución rige a partir de su expedición.

Dado en Bogotá, D.C., el 18 de mayo de 2020.



**JORGE H. PELÁEZ PIEDRAHITA, S.J**  
Rector



**JAIRO H. CIFUENTES MADRID**  
Secretario General