



**GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS  
BIBLIOTECARIOS**

**Código**

FO-SB-  
12/v0

**ESQUEMA HOJA DE RESUMEN**

**Página**

**1/1**

**RESUMEN TRABAJO DE GRADO**

**AUTOR (ES):**

**NOMBRE(S):** NAIDA CRISTINA **APELLIDOS:** SANCHEZ CASTILLO

**NOMBRE(S):** \_\_\_\_\_ **APELLIDOS:** \_\_\_\_\_

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS DE:** TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

**DIRECTOR:**

**NOMBRE(S):** ELMAR JOSE **APELLIDOS:** CRIADO CASADIEGO

**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS):** DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER-OCAÑA

**RESUMEN**

El proyecto se realiza para diseñar la oficina de Marketing adscrita a la Oficina de Relaciones Institucionales e Información de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Se utilizó una investigación descriptiva, analizando las variables del problema, para lo cual se delimita como población a los estudiantes, 6.396 estudiantes matriculados a 1° semestre de 2015, a quienes se les aplicaron formatos de encuestas, con cuyos resultados se ha deducido la mayoritaria aceptación hacia la oficina de marketing. Adicionalmente, al trabajo de campo entre personal estudiantil de la Universidad Francisco de Paula Santander-Ocaña, se definen las oportunidades y amenazas para la oficina, y se concluye que es de vital importancia para ofertar el portafolio académico y de servicios de manera oportuna y clara a toda la población de Ocaña, la provincia, sur del cesar y grupos de interés que hacen uso del servicio de la U.F.P.S. Ocaña.

**PALABRAS CLAVE:** marketing, comunicación institucional, relaciones públicas, UFPS, Ocaña.

**CARACTERÍSTICAS:**

**PÁGINAS:** 84 **PLANOS:** \_\_\_\_ **ILUSTRACIONES:** \_\_\_\_ **CD ROOM:** 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
<b>Fecha</b>	24/10/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DE LA  
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER-OCAÑA

NAIDA CRISTINA SANCHEZ CASTILLO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DE LA  
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER-OCAÑA

NAIDA CRISTINA SANCHEZ CASTILLO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:  
Tecnólogo en Administración Comercial y Financiera

Director

M.g. ELMAR JOSE CRIADO CASADIEGO

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO  
FACULTAD DE S EMPRESARIALES

HORA: 11:00 A.M.

FECHA: 7 de mayo del 2016

LUGAR: CREAD\*OCAÑA

JURADOS: ANGELA MARIA SEPÚLVEDA MONTEJO  
JOSÉ IVÁN ARDILA  
JUAN PABLO BACCA MANZANO

TITULO DE LA TESIS: "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER-OCAÑA"

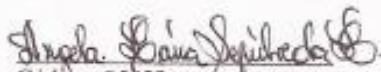
DIRECTOR: MG. ELMAR JOSÉ CRIADO CASADIEGO

NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACIÓN
<u>SANCHEZ CASTILLO NAIDA CRISTINA</u>	<u>1461729</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO CERO</u>

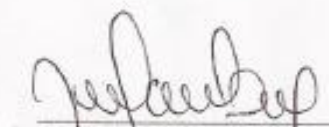
PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA EN COMERCIAL Y FINANCIERA

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

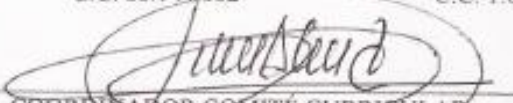
FIRMA DE LOS JURADOS:

  
Código: 05422  
C.C. 37.315.271

  
Código: 05355  
C.C. 88.144.682

  
Código: 06401  
C.C. 1.091.664.282

VoBo

  
COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	13
1. Problema	15
1.1 Título	15
1.2 Planteamiento del Problema	15
1.3 Objetivos	17
1.3.1 General	17
1.3.2 Específicos	17
2. Marco Referencial	19
2.1 Marco Conceptual	19
2.1.1 Marketing	19
2.1.2 Estrategias de Marketing	19
2.1.3 Mercado (Marketing)	20
2.1.4 Posicionamiento	20
2.1.5 Mercadotecnia	21
2.1.6 Estudio de mercado	22
2.1.7 Publicidad	22
2.1.9 Segmentación de mercado	22
2.1.9.1 Segmentación geográfica	23
2.1.9.2 Segmentación demográfica	23
2.1.9.3 Segmentación psicográfica	23
2.1.9.4 Segmentación por comportamiento	23
2.1.10 Teoría clásica de la administración	23

2.1.11 Función administrativa	24
2.2 Marco Legal	25
2.3 Marco Contextual	28
2.3.1 Misión	30
2.3.2 Visión	30
2.3.3 Objetivos institucionales	31
2.3.4 Estructura orgánica	32
2.3.5 Descripción de la dependencia asignada	34
2.3.5.1 Misión	36
2.3.5.2 Visión	36
2.3.5.3 Objetivos	37
2.3.5.4 Funciones	38
2.3.5.5 Servicios	39
2.3.5.6 Organización del personal	40
2.4 Descripción de las Actividades a Realizar	41
3. Diseño Metodológico	42
3.1 Presentación de Resultados	42
3.2 Recolección de Datos	45
3.3 Población	45
3.4 Muestra	45
3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	47
3.6 Procesamiento y Análisis de la Información	47
3.7 Presentación de Resultados	48
3.7.1 Determinación de los beneficios que se tendría con la creación de esta	

dependencia en la Oficina de Relaciones Institucionales e Información	48
3.7.2 Recurso humano	49
3.7.3 Recurso financiero	51
3.7.4 Medios de comunicación la implementación de la nueva oficina de mercadeo	52
3.7.5 Asesoría a los estudiantes en los procesos de inscripción	53
3.7.6 Implementación de manuales o folletos para dar a conocer el portafolio académico de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña	59
4. Resultados	60
4.1 Análisis DOFA	60
4.2 Presentación de Resultados	61
4.3 Diagnostico Final	61
5. Conclusiones	63
6. Recomendaciones	64
Referencias Bibliográficas	66
Anexos	68