

INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL
INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACION (RURAL-ISER)
OFICINA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL

MARYURI KATHERINE SUESCUN TAMARA

Cód. 1.094.274.332

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA
2019

INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL
INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACION (RURAL-ISER)
OFICINA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL

MARYURI KATHERINE SUESCUN TAMARA

Cód. 1.094.274.332

INFORME PRESENTADO COMO REQUISITO FINAL PARA OPTAR
AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

SUPERVISOR DE PRÁCTICAS
FERNANDO ENRIQUE BRAND CAMARO

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FALCULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PAMPLONA

2019

ESTA DEDICATORIA ES PRIMERAMENTE A DIOS POR DARME LA GRACIA, SABIDURA Y POR DARME LAS FUERZAS PARA SEGUIR ADELANTE CON LA META PROPUESTA, PARA MI FAMILIA YA QUE SIN ELLOS ESTE SUEÑO NO PODRIA SER REAL POR EL APOYO A DARIO Y EL AMOR INCONDICIONAL POR BRINDARME ALIENTOS EN LOS MOMENTOS DIFICILES Y POR ULTIMO A MI AMIGA LUZ MARIANA CARREÑO FLORES POR ESTAR CONMIGO EN MOMENTOS BUENOS Y MALOS POR SOÑAR JUNTAS Y POR VER LOS LOGROS OBTENIDOS.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco de corazón a mis formadores por su enseñanza durante mi carrera profesional puesto que me brindaron su conocimiento con amor y paciencia.

Agradecer a mi tutor Fernando Enrique Brand Camargo por ayudarme en el desarrollo de la práctica profesional por orientarme y guiarme en este proceso muchas gracias.

Un agradecimiento enorme para la Oficina de Extensión y Proyección Social de Instituto Superior de Educación Rural ISER en especial a Judith Lorena bautista por darme la oportunidad de ingresar y realizar las practicas me llevo un cariño grande de Yenny Villamizar y Giovana Ochoa por ser unas excelentes compañeras y por ese carisma que las identifica muchas gracias

Por ultimo agradezco a todos los compañeros de Administración de Empresas por esas experiencias en las aulas de clases gracias a ustedes hoy culmino este proceso académico para convertirme en una profesional.

TABLA DE CONTENIDO

Tabla de tablas	7
INTRODUCCIÓN.....	10
1. INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL OFICINA DE EXTENSION Y PROYECCION SOCIAL DEL INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACION RURAL-ISER.....	11
1.1 RESEÑA HISTORICA	11
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS	13
1.2.1 Misión.....	13
1.2.2 Visión.....	13
1.2.3 Objetivos Institucionales.....	14
1.2.4 Funciones Misionales.....	14
1.2.5 Principios Institucionales	15
1.2.6 Valores Institucionales	17
1.2.7 Organigrama	19
1.3 DIAGNOSTICO	20
1.3.1 Estructura De Extensión y Proyección Social	21
1.3.1.1 Interacción Con El Sector Externo.....	22
1.3.1.2 Educación Continuada	23
1.3.1.3 Proyectos de Extensión.....	24
1.3.2 Servicio Social.....	24
1.3.3 Acompañamiento de Egresados	25
1.3.5 Matriz de evaluación de los factores externos.....	27
1.3.6 Análisis Dofa.....	29
1.4 DESCRIPCIÓN ÁREA DE TRABAJO	33
1.4.1 Equipo de trabajo de la oficina de extensión.....	34
1.5 FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE DE LA PRÁCTICA	36
1.5.1 Actividades a desarrollar por el estudiante	36
1.5.2 Funciones en el lugar de trabajo.....	36
1.6. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	38
1.6.1 TITULO.....	38

1.6.2 OBJETIVOS.....	38
1.6.2.1 Objetivo general.....	38
1.6.2.2 Objetivos específicos.	38
1.6.3 JUSTIFICACIÓN	39
2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	42
2.1. DISEÑAR UN PLAN DE MERCADEO PARA PROMOCIONAR}.....	42
LOS SERVICIOS OFERTADOS DE EDUCACION CONTINUADA DESDE EL PROCESO DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL ISER	42
2.1.1. ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS SERVICIOS OFERTADOS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	42
2.1.1.1. Situación Actual	42
2.1.1.2. Análisis de la situación interna	50
2.1.1.3. Análisis de la situación externa.....	62
2.2. Mercado Objetivo	65

Tabla de ilustración

Ilustración 1: estructura organizacional de talento humano	19
Ilustración 2: Estructura de Extensión y Proyección Social.....	21
Ilustración 3: Caracterización de la población participante	48
Ilustración 4: Ingresos por periodo y rubro	48
Ilustración 5: Distribución porcentual de los ingresos	49
Ilustración 6: Ocupación de la población.....	54
Ilustración 7: Población estudiantil.....	55
Ilustración 8: Programas del Instituto Superior de Educación Rural ISER	55
Ilustración 9: Conoce los servicios de educación continuada.....	56
Ilustración 10: uso de los servicios de educación continuada	57
Ilustración 11: Posibles causas.....	57
Ilustración 12: importancia de los servicios de educación continuada.....	58
Ilustración 13: porque medio se enteró de los servicios	59
Ilustración 14: porque medio de difusión le gustaría enterarse de los servicios.....	59
Ilustración 15: cursos.....	60
Ilustración 16 Diplomados de educación continuada	61
Ilustración 17: modalidad para la oferta de los servicios de educación continuada.....	61
Ilustración 18: jornada para los servicios de educación continuada	62

Tabla de tablas

Tabla 1: convenios de practicas.....	22
Tabla 2 Matriz de evaluación de factores internos	26
Tabla 3: Matriz de evaluación factores externos	27
Tabla 4: MATRIZ DOFA	29
Tabla 5: Estrategia FO-DO	31
Tabla 6: estrategia FA-DA.....	32
Tabla 7: Personal que labora en la Oficina de Extensión y Proyección Social ISER (2019)	35
Tabla 8: Cronograma de actividades.....	40
Tabla 9: Cuadro metodológico	41
Tabla 10: Descripción de los servicios de educación continuada.....	43
Tabla 11: Resultados de registros consolidados	47

Tabla 12: descripción de curso topografía avanzado	63
Tabla 13: curso primeros auxilios.....	63
Tabla 14: curso andamios y excavaciones.....	64
Tabla 15: curso topografía básica.....	64
Tabla 16: diplomado ofertado de educación continuada.....	65
Tabla 17: mercado objetivo	66
Tabla 18: plan de acción producto	69
Tabla 19: plan de acción plaza.....	70
Tabla 20: plan de acción precio	71
Tabla 21: plan de acción comunicación	72

ABSTRACT

The Higher Institute of Education (Rural-ISER) over the years has generated different changes and has achieved growth, therefore, saw the need to create a new dependency that would be educational support for the student. The Social Extension and Projection process was created in 2017 from this year fulfills a missionary function that allows interaction and integration with the environment, through integration with teaching and research contributing to the construction of the fabric social, through different modalities and services.

Every public institution must be projected in the short to medium and long term depending on the amplitude or magnitude in order to achieve the proposed objectives, therefore the analysis and diagnosis of the current situation, both internal and external, is carried out and then go step by step. of the development of the specific objectives which will allow the marketing plan to be achieved, thus strengthening the student's knowledge and skills, highlighting that these are quality services, which seek to promote an entry to the institution and position it among the best at the level Departmental, regional and national.

This marketing plan is made in order to make better dissemination of the promotion of the services offered in continuing education as the specific objectives have been developed and their respective solution has been used.

INTRODUCCIÓN

El Instituto Superior de Educación (Rural-ISER) en el transcurso de los años ha generado diferentes cambios y ha obtenido un crecimiento, por ende, vio la necesidad de crear una nueva dependencia que fuera de apoyo educativo para el estudiante. El proceso de Extensión y Proyección social fue creado en el año 2017 a partir de este año cumple con una función misional que permite la interacción e integración con el entorno, a través de la integración con la docencia y la investigación aportando a la construcción del tejido social, a través de diferentes modalidades y servicios.

El proceso de Extensión ha venido desarrollando diferentes actividades relacionadas con las carreras, la realización de convenios con entidades públicas y privadas, el instituto ha realizado convenios con gobernaciones, alcaldías y la misma institución para beneficiar estudiantes de bajo, se quiere profundizar en educación continuada el cual oferta servicios como cursos, taller, congresos. semilleros, diplomados dirigidos a diversos públicos con el propósito de hacer transferencia de conocimiento, recobrar la imagen institucional y generar ingresos.

Según el autor Philli Kotler quien refiere “El plan de marketing sirve para documentar la forma en que se alcanzarán los objetivos de la organización mediante estrategias y tácticas de marketing específica, partiendo del cliente” toda institución pública se debe proyectar a corto mediano y largo plazo dependiendo de la amplitud o magnitud con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por ende se realiza el análisis y diagnóstico de la situación actual tanto interna como externa para luego ir con el paso a paso del desarrollo de los objetivos específicos el cual permitirá finalidad al plan de mercadeo, logrando de esta manera fortalecer los conocimientos y habilidades del estudiante, resaltando que estos son servicios de calidad, que buscan promover un ingreso a la institución y posicionarla entre las mejores a nivel departamental, regional y nacional.

1. INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL OFICINA DE EXTENSION Y PROYECCION SOCIAL DEL INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACION RURAL-ISER

1.1 RESEÑA HISTORICA

Mediante Decreto Ley 2365 de 1956, se creó el Instituto Superior de Educación Rural-ISER en la ciudad de Pamplona, con carácter de Plantel Piloto para la Educación Rural en todo el país. Para el año de 1957 se inició con carreras post secundarias en técnicas Agropecuarias, Educación Fundamental, Supervisión Escolar y Cooperativismo; asimismo, para el siguiente año mediante Resolución N.º 5074, el Ministerio de Educación Nacional creó la Escuela Normal Rural, con el mismo carácter de Institución Piloto en Educación Media, con colaboración de la (UNESCO) United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura).

En 1963, mediante Decreto 1928 del 26 agosto, este Decreto define al Instituto como “un organismo de nivel Educativo Superior dependiendo del Ministerio de Educación Nacional.

En 1975 el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES) evalúa la Institución y el Ministerio de Educación Nacional, aprueba los programas de tecnología Agropecuaria y Educación para el Desarrollo de la Comunidad mediante Resolución 2019 del 24 de abril del mismo año y autoriza al ISER para otorgar títulos de tecnólogos en las áreas mencionadas.

Para el año 1982, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) autoriza a la Institución, mediante resolución 5311 del 16 de abril, para expedir diplomas de técnico intermedio Profesional en Promoción Social, Agropecuarias y Docencia Rural y le renueva la aprobación de los programas tecnológicos al ISER, mediante Resolución 1375 del 15 de septiembre expedida por el ICFES.

Con la expedición de la Ley 30 de diciembre 28 de 1992, el Instituto con carácter de Educación Superior acoge los lineamientos que en esta Ley se establecen, haciendo parte del Sistema Estatal Colombiano y llevando sus licenciaturas a los Cread's y Centros Operativos del país, hoy veintitrés (23), inicia un proceso de reestructuración que se lleva a cabo en el año 2004, donde establece la nueva estructura orgánica y la planta de personal administrativo y docente, a través de los Decretos 1008 y 1009 del mismo año.

A partir del año 2006, se realiza la reorganización académica, curricular y estructural de los programas del ISER para la obtención de registros calificados, las cuales hacen parte de nuestra oferta académica.

Para el año 2009 mediante un largo proceso de años, el ISER se descentraliza y es incorporado al Departamento Norte de Santander, mediante Ordenanza N° 015 del 11 de agosto de 2009.

En el año 2010 el ISER se descentraliza y es incorporado al departamento de Norte de Santander buscando el apoyo del gobernador.

El ISER en el año 2015 carece de una necesidad interna, por ende, empieza a realizar un proceso de reorganización institucional y se establece la estructura por procesos lo cual busca la acreditación institucional y certificación por calidad ya que esto es importante para el crecimiento de la misma y frente a las demás instituciones.

A inicio del año 2016 el instituto empieza la remodelación de su infraestructura física logrando obtener un impacto en las diferentes áreas como las aulas, biblioteca, cafetería, facultades, laboratorios, con el fin de brindar oportunidad al estudiante de obtener mejores espacios de estudio y concentración logrando mayor aprendizaje y fortalecer conocimientos en las diferentes carreras técnicas y tecnológicas que ofrece el ISER buscando más cobertura de estudiantes.

El Instituto a partir del año 2017 vio la necesidad de crear una nueva dependencia llamada procesos de extensión y proyección social y cumple una función misional que permite la interacción e integración con el entorno, a través de la integración con proyectos que vincule a los docentes y la investigación aportando a la construcción del tejido social, a través de diferentes modalidades y servicios prestados también al sector externo.

En el 2018 dotaron el laboratorio agroindustrial con toda la maquinaria requerida para que los estudiantes realicen sus respectivas prácticas y aporten conocimiento de lo aprendido en el aula, en ese mismo año inicia la remodelación del bloque de sistemas transformando su infraestructura, realiza adecuaciones de las salas dotada de computadores espacios más iluminados y cómodos. Este bloque fue entregado en el presente año 2019 para ser su respectiva inauguración y uso de las salas. en el transcurso de este año se han manejado diferentes procesos que ayudan al desarrollo y crecimiento del instituto.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1 Misión

El Instituto Superior de Educación Rural – ISER- tiene como misión formar profesionales integrales, competentes y comprometidos con el desarrollo rural y urbano mediante la intervención en los sectores sociales, económico, tecnológico, y cultural del país; a través del estudio, el perfeccionamiento y la enseñanza de las Ciencias, las Humanidades, las artes, la técnica y las tecnologías.

1.2.2 Visión

Para el 2019, el Instituto Superior de Educación Rural de Pamplona - ISER, como institución de Educación Superior, será reconocido como líder en el contexto académico por la calidad de sus procesos, la pertinencia de sus programas y el impacto de sus graduados en el medio local, regional, nacional e internacional.

1.2.3 Objetivos Institucionales

- Ofrecer una educación de pregrado y postgrado en los niveles técnicos y tecnológicos que permita formar profesionales con los conocimientos, valores y habilidades necesarias para que puedan desarrollar sus actividades y trabajos con altos niveles de eficiencia, responsabilidad y competitividad.
- Brindar programas orientados hacia el desarrollo físico, psicoactivo, espiritual y social de los estudiantes, docentes y personal administrativo.
- Desarrollar programas de investigación y extensión en las áreas de su especialización tendientes a contribuir al desarrollo del país.
- Ofrecer servicios de asesoría, asistencia técnica, desarrollo profesional y entrenamiento, tendientes a aumentar la productividad de los recursos y, de esa manera, mejorar la situación económica, tecnológica, empresarial y social de Colombia.

1.2.4 Funciones Misionales

- Adelantar programas académicos en los campos de acción que correspondan a la naturaleza de institución tecnológica.
- Realizar actividades de investigación y de extensión.

1.2.5 Principios Institucionales

El desarrollo local, regional y nacional.

Apoyando la pertinencia de la educación superior, referida a la capacidad del sistema educativo y de la institución para responder a las necesidades de su localidad, región y país, así como a las exigencias del nuevo orden mundial. Considerando que la educación es factor determinante para el progreso del hombre y la sociedad, y es por ello que deseamos participar y cooperar en el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros semejantes, interviniendo en los procesos de desarrollo tecnológico, de desarrollo empresarial, de desarrollo rural, de desarrollo de nuevos conocimientos, fortaleciendo y estimulando el desarrollo económico, político, cultural y en su esencia todo proceso social a través del ejercicio de las funciones propias de la institución.

La búsqueda constante de la calidad

Con capacidad de fundamentar y generar procesos académicos de excelencia (Investigación, docencia, extensión, administración y desarrollo humano), desde las diversas posibilidades epistemológicas y teóricas, para lograr los objetivos de la institución.

El apoyo al tránsito de la educación tradicionalista a la educación activa, participante y autogestora de conocimiento

Modificando métodos de enseñanza, incorporando adelantos tecnológicos a los procesos educativos e investigativos, ampliando la opción y forma de preparación académica, Tomar decisiones con relación a las modalidades de enseñanza que

pueden y deben implementarse en la institución (presencial, a distancia, mixtas), fundamentadas en los conceptos de educación continua y aprendizaje permanente.

La integralidad

Será prioritaria la formación de personas sobre la base científica, ética y humanística que permita generar una conciencia crítica, reflexiva y humana para que contribuya a la construcción de una sociedad solidaria, justa y libre, acorde con las tendencias del mundo contemporáneo. por cuanto se tiene en cuenta el desarrollo de la persona con capacidad para tomar decisiones, para hacer uso de la libertad, para crear su propia cultura o transformarla y moldear su ser individual y social, de acuerdo con sus posibilidades de aprender cada vez mejor a decidir, a ser, a compartir, a convivir, a integrarse y a hacer realidad su vocación de trascendencia; es decir, aprender a ser protagonista de su propio proceso de personalización, de su propio destino y de su propia historia.

La libertad

Al promover la libre expresión del pensamiento. El hombre vive permanentemente un proceso de construcción y de realización; está llamado a la libertad y a la autonomía, como ser individual y social; por lo tanto, es dueño de sí mismo, de su propio destino y de las formas de interacción en una comunidad. La educación debe orientarse hacia el desarrollo de sujetos capaces de asumir un compromiso inteligente, responsable y eficaz con los procesos de cambio, para que participen activamente en la construcción de una sociedad “armónica” inspirada en los principios de respeto a la dignidad humana, a la justicia y el bien común.

La creatividad

“La creatividad vista desde la dimensión humana autónoma para construir mundos posibles, es el recurso proyectivo para el desarrollo, es la clave para la educación” De igual manera, este tipo de educación está orientando a la promoción del trabajo con la comunidad para dinamizar la capacidad creativa y renovadora de las fuerzas sociales y contribuir así a la potenciación del capital cultural y productivo de la región, por medio de la participación organizada para la comprensión de la realidad, la toma de decisiones autónomas y la acción transformadora que responde a los problemas y posibilidades reales de la población. También es importante anotar que creatividad y educación son dos conceptos inseparables; la educación como praxis social, en un papel de transformación y emancipación del proceso de desarrollo humano, necesita el fortalecimiento y desarrollo de la creatividad como característica afectiva-cognitiva en el ser humano, como proceso participante en sus acciones y como producto en sus resultados. Por lo tanto, se requiere de un espacio para el desarrollo de la creatividad, el cual no puede ser diferente al educativo por cuanto es el escenario clave y propicio para dicho desarrollo.

El compromiso

La manera para garantizar altísimos resultados es conseguir el COMPROMISO de todos los actores de la institución. No sólo es desarrollar el compromiso hacia el trabajo, sino el compromiso social, el compromiso ambiental, el compromiso hacia el desarrollo sostenible, el compromiso en las actuaciones en nuestro trabajo y nuestra vida personal, el compromiso por el mejoramiento continuo, el compromiso hacia una mejor calidad de vida de nuestra región.

1.2.6 Valores Institucionales

Liderazgo:

Valor que resalta la influencia que se ejerce sobre la comunidad para lograr su participación activa en la búsqueda de objetivos comunes.

Responsabilidad social:

Responsabilidad frente al saber para la construcción de la disciplina y su proyección real a la sociedad, su papel como transformador del ser social y su aporte a la historia.

Proactividad:

La búsqueda diaria de la excelencia, de hacer mejor las cosas, facilidad de adaptarse a los cambios, capaz de relacionarse en grupos interdisciplinarios, promover el dialogo, critico, constructivo, comprometido, reflexivo, autodidacta.

Justicia:

Es una condición que se desea alcanzar, vinculada al valor de supraindividual del bien común.

Tolerancia:

Este es un valor que promueve la convergencia de diversas formas de interacción social y cultural; respeta la libre expresión y propicia los espacios para la confrontación de las ideas.

Honestidad:

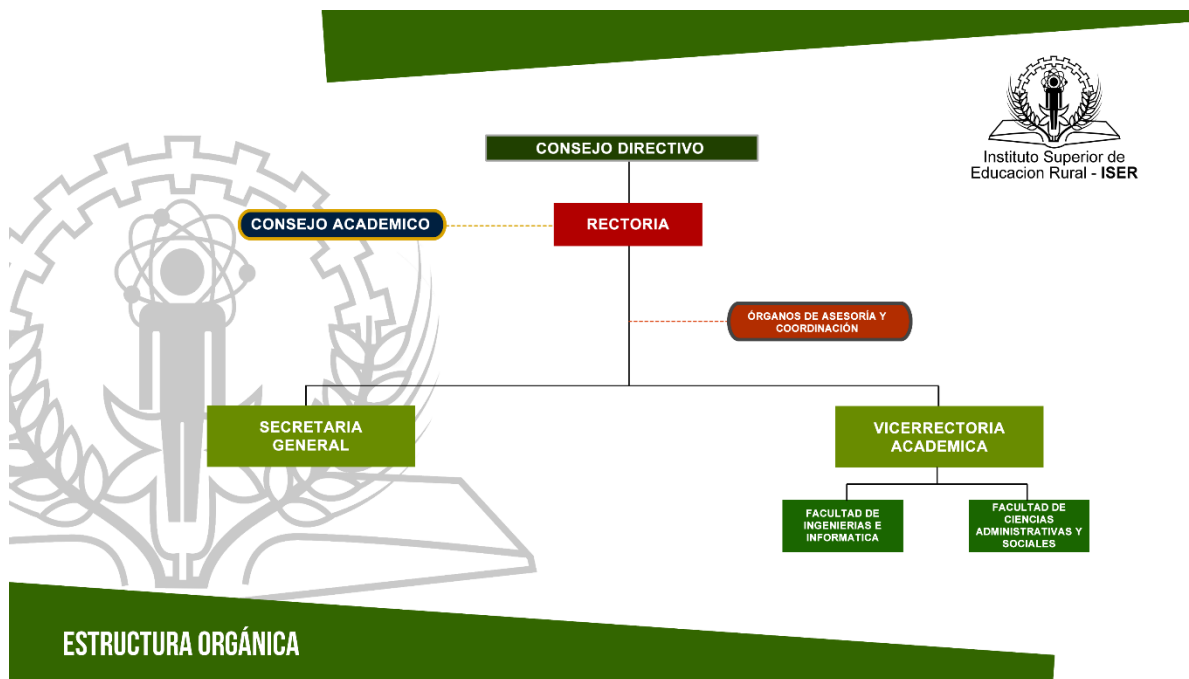
Es el conocimiento de lo que está bien para nuestra propia conducta y nuestra relación con los demás. Es actuar en coherencia con los valores éticos.

Servicio:

El servicio es el conjunto de cosas tangibles, acciones, interacciones personales y actitudes que diseñamos y entregamos para satisfacer la necesidad de un actor de la institución. El servicio es una actividad y una actitud que brinda una satisfacción al que lo recibe y al que lo ofrece y presta. Enfoque hacia el servicio.

1.2.7 Organigrama

Ilustración 1: estructura organizacional de talento humano



Fuente: Oficina Talento Humano ISER (2019)

estructura orgánica:

El instituto cuenta con un organigrama dentro del cual hace parte el consejo directivo como eje principal junto de la mano con rectoría quien da aval a todos los procesos que se manejan dentro de la institución, de ahí lo componente diferentes dependencias como secretaria general vicerrectoría y los directores de facultades para el buen desarrollo y crecimiento de la misma.

1.3 DIAGNOSTICO

La oficina de Extensión y Proyección Social del Instituto ISER es un proceso clave para el desarrollo del estudiante y sector externo ya que se ofrecen servicios como: cursos, semilleros, talleres, congresos y diplomados que ayuden a la formación de la persona, una falencia grave es que no cuenta con un medio de difusión que ayude a ofertar estos servicios, lo cual puede generar una problemática ya que esto se hace con el fin de generar un ingreso a la institución y que también sea reconocida en el municipio.

Se ha determinado que para lograr obtener una información más clara y concreta se realizara a través de unas matrices la cual nos permita visualizar detalladamente las falencias que puedan afectar los servicios ofertados por la Oficina de Extensión.

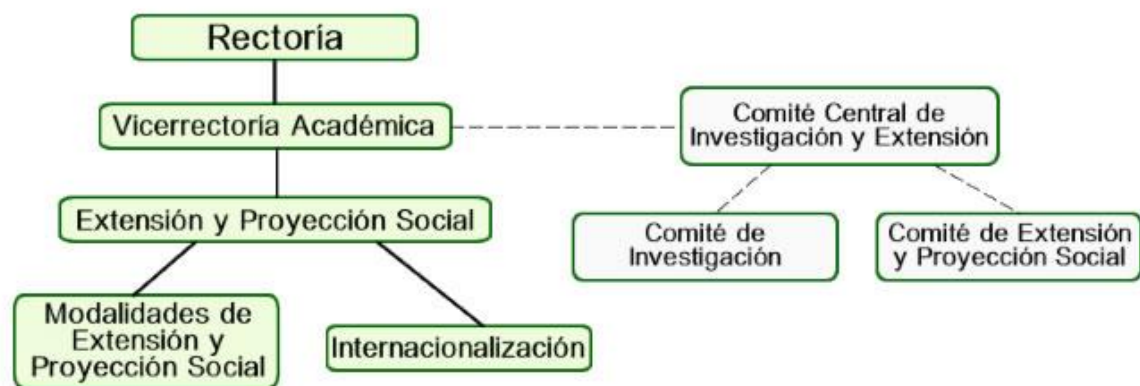
Oficina de Extensión y Proyección Social

El Instituto Superior de Educación Rural - ISER de Pamplona cuenta con la dependencia de Extensión y proyección social, la cual tiene como función misional la interacción e integración con el entorno, a través de la integración con la docencia y la investigación que aporten a la construcción del tejido social, a través de diferentes modalidades y servicios.

Esta oficina cuenta con una serie de procesos que tienen como prioridad a los estudiantes buscando su beneficio y apoyo en la toma de decisiones en su proceso académico.

1.3.1 Estructura De Extensión y Proyección Social

Ilustración 2: Estructura de Extensión y Proyección Social



Fuente: Oficina de Extensión y Proyección Social ISER (2019)

estructura de la Oficina Extensión y Proyección social

La estructura del proceso de Extensión y Proyección Social lo encabeza primero rectoría a cargo de Mario agosto contreras ya que es el principal pilar de la institución, luego le sigue vicerrectoría a cargo del Javier bustos cortes quien dirige y aprueba todo lo de la aparte académica en conjunto de un comité en cargado de tomar de decisiones para la aceptación y aprobación de cada uno de los procesos que salen desde extensión.

Los direccionamientos de apoyo para la realización de los procesos esta divididos en 5 dependencias las cuales se conforman de la siguiente manera:

- Interacción con el sector externo
- Educación continuada
- Proyectos de extensión
- Servicio social
- Acompañamiento de egresados

1.3.1.1 Interacción Con El Sector Externo

La relación directa con la sociedad se ha dinamizado por medio de procesos de interacción con los diversos sectores y actores sociales, mediante servicios brindados a entes gubernamentales, administraciones locales, instituciones educativas, gremios empresariales y comunidad en general. Esta gestión se evidencia con 60 convenios para el desarrollo de alternativas de trabajo conjunto que posibiliten la interacción con los diversos sectores y actores sociales. De acuerdo a sus modalidades estos convenios corresponden a:

Tabla 1: convenios de practicas

Tipo de Convenio	Cantidad
Convenios interadministrativos para subsidios educativos	14
Contrato para la financiación de la educación superior ICETEX	1
Convenios de cooperación interinstitucional (IES)	10
Convenio de cooperación con entidades públicas para la realización de prácticas académicas y empresariales	11
Convenios de cooperación con entidades privadas para la realización de prácticas académicas y empresariales	21
Convenio de fortalecimiento interbibliotecario	1
Convenio interadministrativo para la prestación de servicios de capacitación al sector productivo del municipio de Chinácota	1
Convenio internacional para la formación en educación y capacitación de docentes, estudiantes, administrativos y egresados	1
Total General	60

Fuente: Convenios de prácticas (2019)

1.3.1.2 Educación Continuada

Para el Instituto Superior de Educación Rural la educación continuada es una modalidad del proceso misional de extensión y proyección social que comprende múltiples y diversas actividades de actualización y capacitación dirigida a un universo muy variado de destinatarios, tales como cursos de profundización, cursos de capacitación, seminarios y congresos de actualización académica y científica; entre otros.

En miras de la consecución del objetivo de esta modalidad desde el año 2017 se ha planteado implementar una estrategia de oferta diversificada y horizontal, compuesta de diferentes productos de educación continuada y dirigidos a diversos públicos con el propósito de hacer transferencia de conocimiento, recobrar la imagen institucional y generar ingresos.

Productos:

- Congreso: evento realizado con regularidad compuesto por conferencias o exposiciones sobre temas de interés o actividad para intercambiarse informaciones y discutir sobre ellas.
- Seminario: evento donde un especialista interactúa con los asistentes en trabajos en común para difundir conocimientos o desarrollar investigaciones.
- Curso: contenido eminentemente teórico, con una duración mínima de 20 horas.
- Taller: contenido totalmente práctico, con una duración mínima de 20 horas.
- Curso – Taller: contenido principal práctico, y se incluyen algunas sesiones magistrales.
- Diplomado: contenido teórico práctico, duración mínima de 80 horas y máxima de 180 horas.

1.3.1.3 Proyectos de Extensión

La extensión y proyección social es una función propia del Instituto Superior de Educación (Rural –ISER), que tiene como propósito el desarrollo de procesos continuos de interacción e integración con docentes, estudiantes y con los diferentes sectores de la sociedad; para apoyar a las comunidades en la solución de problemas en los ámbitos de acción definidos para cada programa académico, que conlleven al mejoramiento de la calidad de vida social, comunitaria. Actualmente lidera proyectos inter-disciplinarios que han permitido el alcance de importantes resultados dentro de los que se destacan

1.3.2 Servicio Social

Los estudiantes del Instituto Superior de Educación Rural, mediante sus servicios sociales fortalecen los diferentes proyectos institucionales, así como el apoyo en la superación de las necesidades solidarias de las comunidades en los municipios de Pamplona, Cúcuta, Los Patios, Villa del Rosario, Toledo, Labateca, Pamplonita, entre otros.

Particularmente se resaltan, el apoyo en la infraestructura física de algunas Instituciones Educativas y Centros Educativos Rurales de los municipios de la provincia; actividades lúdico recreativas en los diferentes barrios del municipio de Pamplona en alianza con la secretaria de víctimas de la Gobernación de Norte de Santander; el apoyo en la ejecución de los Mercados Campesinos mensuales bajo el liderazgo del Secretario de Desarrollo Rural y Comunitario.

1.3.3 Acompañamiento de Egresados

Se viene desarrollando la puesta en marcha de una estrategia para el acompañamiento a egresados, que permita al ISER obtener información confiable y pertinente sobre la ubicación y el nivel de exigencia del sector externo en el desempeño profesional y humano de nuestros egresados, para mejorar las ofertas de nuestros servicios a la comunidad de egresados. Dentro de las acciones contempladas en la estrategia encontramos:

- Trabajo en alianza con las Instituciones de Educación Superior de la región para generar un plan de articulación que garantice la profesionalización de los egresados de cada institución mediante la Red de Egresados de Norte de Santander- (RESEG).
- Oferta de educación continuada acorde a las necesidades expresadas por los egresados de cada programa académico.
- Charlas de sensibilización laboral orientadas por profesionales de la rama judicial del departamento

1.3.4 Matriz de evaluación de los factores internos.

Las variables internas son aquellas donde la empresa puede ejercer un control sobre ellas, es decir puede modificarlas, manejarlas o combinarlas en un momento dado con el fin de reaccionar a un cambio en su entorno, donde las variables externas son las encargadas de originar estos cambios. Se desarrolla a continuación la matriz de factores internos – MEFI con el fin de presentar un diagnóstico interno de las fortalezas y debilidades desde la oficina de extensión y del Instituto Superior de Educación Rural – ISER.

Tabla 2 Matriz de evaluación de factores internos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)			
Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación (1,2,3 Ó 4)	Peso Ponderado
Fortalezas			
1. Talento humano con experiencia y conocimiento.	0.08	3	0.24
2. Procesos eficientes en la oficina de extensión y proyección social.	0.09	4	0.36
3. Buenas relaciones y excelente comunicación/disciplina	0.09	4	0.36
4. Oficina técnica dotada con equipos cómputos y otros.	0.09	4	0.36
5. Cuenta con personal de apoyo idóneo para los procesos de extensión	0.08	3	0.24
6. personal con capacidades de asesoramiento y acompañamiento	0.07	3	0.21
7. excelentes productos y servicios ofertados por parte de la oficina de extensión	0.09	4	0.36
8. Infraestructura adecuada y cómoda para la realización de las actividades diarias	0.09	4	0.36
Debilidades			
1. Poca difusión para los servicios que se ofrecen desde la oficina de extensión.	0.03	1	0.03
2. Falta de posicionamiento de los servicios ofrecidos desde extensión a nivel municipal y regional.	0.05	1	0.04
3. Poca inversión en estrategias publicitarias para promover los servicios desde extensión.	0.06	2	0.1
4. Asignación por parte de las demás dependencias de tareas y responsabilidades ajenas a la oficina de extensión.	0.05	2	0.08
5. Falta de inducción y capacitación al personal.	0.06	2	0.1
6. En la oficina de extensión se maneja muchos procesos por lo cual requiere más apoyo.	0.06	2	0.1

Suma	1.00	41	3.06
-------------	-------------	-----------	-------------

Fuente: Información de la Oficina de Extensión y Proyección Social

Análisis

Este diagnóstico se realizó teniendo en cuenta unas fortalezas y debilidades más importantes dentro de la Oficina de Extensión del Instituto ISER, permitiendo identificar y evaluar las falencias. Este análisis se hizo teniendo en cuenta unas calificaciones y una ponderación lo cual arroja un resultado de 3.06 indicando que la posición interna general está por encima del 2.5 lo cual permite que los factores internos tienen una incidencia mediana en los procesos que se llevan a cabo, por ende, se requiere realizar acciones para reducir las debilidades y de esta manera mejorar el desempeño.

1.3.5 Matriz de evaluación de los factores externos.

La matriz es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de los procesos, dentro del instrumento facilita la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.

Tabla 3: Matriz de evaluación factores externos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación (1,2,3 Ó 4)	Peso Ponderado
Oportunidades			
1. Se brinda cursos de calidad para todos los estudiantes docentes administrativos y entes	0.10	4	0.4

externos desde la oficina de extensión y proyección social.			
2. La oficina de extensión realiza convenios con entidades públicas y privadas para la realización de prácticas profesionales de los estudiantes.	0.15	4	0.6
3. Participación en proyectos extensionistas a nivel municipal y regional.	0.09	3	0.27
4. La oficina de extensión brinda beneficios al estudiante en cuanto a descuentos de matrícula.	0.10	3	0.3
5. Se brindan oportunidades a los estudiantes de obtener un acercamiento con el sector productivo en sus prácticas profesionales.	0.15	4	0.6
Amenazas			
1. La falta de mercadeo hacia los productos y servicios de la oficina de extensión genera poca demanda de usuarios.	0.05	4	0.2
Falta de mejoramiento en el plan de acción para el acompañamiento a los egresados desde la oficina de extensión.	0.06	3	0.18
3. Poca comunicación y apoyo entre la oficina de extensión y el área de prensa.	0.06	2	0.12
4. Negligencia en la publicación de información por parte de extensión, impide visibilizar a los usuarios los servicios ofertados.	0.06	1	0.06
5. No atender oportunamente los requerimientos y solicitudes realizadas por los usuarios dentro de los términos legales.	0.07	2	0.14
6. Oferta de los servicios similares a los de extensión, por parte de otras entidades.	0.05	1	0.05

7. Falla en la plataforma institucional para las inscripciones en línea de cursos diplomados ofertados desde la oficina de extensión.	0.06	2	0.12
Suma	1.00	33	3.04

Fuente: Información de la Oficina de Extensión y Proyección Social

Análisis

El resultado de la matriz MEFE nos arrojó una puntuación de 3.04 teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas identificadas, lo cual permite el desarrollo de las oportunidades para contrarrestar las amenazas, logrando que no afecten los procesos de la Oficina de Extensión a través de estrategias que impulsen la toma de decisiones y el buen manejo de la misma.

1.3.6 Análisis Dofa

La matriz Dofa es una herramienta que facilita a las organizaciones el análisis de las fortalezas y debilidades en el área interna y las oportunidades, amenazas del área externo que tiene la institución para realizar un análisis del entorno y así comprender los problemas, identificar posibles soluciones y plantear estrategias que ayuden a tomar buenas decisiones respecto al futuro de la institución.

Tabla 4: MATRIZ DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
1. Poca difusión del área de mercadeo.	1. Talento humano con experiencia y conocimiento.
2. Sentido de pertenencia de difusión de mercadeo.	2. Procesos eficientes en diferentes áreas del instituto.
3. Poca información de las diferentes dependencias o áreas de trabajo.	3. Buenas relaciones y excelente comunicación/disciplina
4. Mala información de los procesos.	4. Oficina técnica dotación con equipos cómputos y otros

5. Falta de inducciones y capacitaciones al personal.	5.Cuenta con personal de apoyo idóneo para los procesos de extensión
6. Falta de compromiso con las actividades institucionales por parte del personal en la institución	6.Especialista en capacidades de asesoramiento y acompañamiento
7. En la oficina de extensión se maneja muchos procesos por lo cual requiere más apoyo.	7.Buenos productos y servicios ofertados por parte de la oficina de extensión
	8. Infraestructura adecuada y cómoda para la realización de las actividades diarias
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1.Se brinda cursos de calidad para todas los estudiantes docentes administrativos y entes externos	1.Un trabajo de mercadeo incompleto hace que el número de estudiantes vinculados en la institución no cumpla con la meta establecida
2.Convenios con las demás entidades para las prácticas profesionales de los estudiantes	2. Hace falta un mejoramiento en el plan de acción para el acompañamiento a los egresados ya que en las actividades no se satisface completamente las necesidades que tienen los graduados
3.Participación en proyectos extensionistas	3.Capacitar a un personal que sea idóneas para dar información exacta sobre los procesos académicos y evitar entregar información incompleta
4.Realizar los servicios sociales por descuento o requisito de grado	4.Negligencia en la publicación de información que impida visibilizar la gestión académico-administrativa
5.Desarrollar prácticas académicas y profesionales en el sector productivo	5.No atender oportunamente los requerimientos y solicitudes realizadas por los clientes dentro de los términos legales
	6.Identificar la información de los de la entidad que debe ser comunicada interna y externamente conforme a la normatividad, a través de los canales institucionales
	7. Falla en la plataforma institucional para las inscripciones en línea de cursos diplomados ofertados desde la oficina de extensión.

Estrategias FO-DO

Tabla 5: Estrategia FO-DO

O	OPORTUNIDADES	FO	DO
O1	Se brinda cursos de calidad para todas los estudiantes docentes administrativos y entes externos	Realizar un análisis detalladamente de la situación actual.	Distribución equitativa del presupuesto de la institución. La publicidad es primordial para dar a conocer a más personas el servicio educativo, uso de medios económicos como volantes o plegables
O2	Convenios con las demás entidades para las prácticas profesionales de los estudiantes		
O3	Participación en proyectos extensionistas		
O4	Realizar los servicios sociales por descuento o requisito de grado		
O5	Desarrollar prácticas académicas y profesionales en el sector productivo	planificar los planes de acción para el desarrollo de las estrategias seleccionadas.	

Estrategias FA-DA

Tabla 6: estrategia FA-DA

A	AMENAZAS	FA	DA
A1	Un trabajo de mercadeo incompleto hace que el número de estudiantes vinculados en la institución no cumpla con la meta establecida	Diseñar un plan de mercadeo para promover los servicios ofertados por el proceso de Extensión y Proyección Social ISER.	Segmentar el mercado de acuerdo a los servicios ofertados desde la Oficina de Extensión.
A2	Hace falta un mejoramiento en el plan de acción para el acompañamiento a los egresados ya que en las actividades no se satisface completamente las necesidades que tienen los graduados		
A3	3.Capacitar a un personal que sea idóneas para dar información exacta sobre los procesos académicos y evitar entregar información incompleta		
A4	Negligencia en la publicación de información que impida visibilizar la gestión académico-administrativa		
A5	No atender oportunamente los requerimientos y solicitudes realizadas por los clientes dentro de los términos legales	Ir a la par con los desarrollos tecnológicos presentados, como por ejemplo equipos de cómputo, programas, sistemas etc. A los	
A6	Identificar la información de los de la entidad que debe ser comunicada interna y externamente conforme a la normatividad, a través de los canales institucionales		

A7	Falla en la plataforma institucional para las inscripciones en línea de cursos diplomados ofertados desde la oficina de extensión.	deteriorados realizable el respectivo mantenimiento adecuado.	Proponer estrategias de acuerdo a los servicios ofertados pertinentes y acorde al mercado
-----------	--	---	---

1.1 DESCRIPCIÓN ÁREA DE TRABAJO

La Oficina de Extensión y Proyección Social se encuentra en las instalaciones del Instituto Superior de Educación Rural ISER, es liderado por la profesional Judith Lorena Bautista Rico, cuenta con personal de apoyo idóneo con habilidades y conocimientos para desempeñarse en su función, una para trabajo social y la otra para el acompañamiento de egresados también cuenta con dos pasante de apoyo en las actividades que se realicen, una de administración de empresas y de comunicación social de la universidad de pamplona con el fin de desarrollar sus prácticas profesionales, esta oficina está encargada de diferentes procesos académicos; su infraestructura es adecuada, cuenta con equipos y puestos de trabajo idóneos para cada uno del personal, buena iluminación espacio aseado y amplio cuenta con todas las herramientas adecuadas para dar apoyo a las funciones de la oficina de extensión a demás es un espacio en el cual brinda ayuda a todos los estudiante y docente y personal externo del instituto ISER.

Además, cuenta con recursos físicos para la realización de sus procesos como los son:

- (3) equipos de cómputo de mesa.
- (1) portátil.
- (2) líneas telefónicas, una impresora.
- (1) mesa amplia y sus respectivas sillas para realización de reuniones.

1.1.1 Equipo de trabajo de la oficina de extensión

La oficina de extensión y proyección social está conformada por el siguiente equipó de trabajo con capacidades y habilidades de las distintas personas que lo integran

aportando sus conocimientos con el fin de lograr alcanzar un alto nivel de desempeño y buen rendimiento para el cumplimiento de sus objetivos proyectados por su líder.

Tabla 7: Personal que labora en la Oficina de Extensión y Proyección Social ISER (2019)

NOMBRE Y APELLIDO	PERFIL PROFESIONAL	CONTACTO CORREO	FUNCIONES
Directora Oficina de Extensión Y Proyección Social			
Judith Lorena Bautista Rico	Profesional Universitario de Extensión y Proyección Social	extensionproyeccionsocial@iser.edu.co - Ext. 107	<ul style="list-style-type: none"> • Interacción con el sector externo • Educación continua • Proyectos de extensión • Apoyos institucionales
Apoyo a Trabajo Social			
Guiovana Ochoa Jaimes	Tecnóloga en Gestión empresarial	apoyoextension@iser.edu.co	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación a estudiantes para la realización del Servicio social • Apoyo oficina extensión
Acompañamiento a Egresados			
Jenny Lorena Villamizar	Tecnóloga Agropecuaria	egresados@iser.edu.co	<ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento a egresados • Realización de eventos • Apoyo a oficina extensión

Fuente: Elaboración del Autor.

1.2 FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE DE LA PRÁCTICA

1.5.1 Actividades a desarrollar por el estudiante

- Apoyar a la directora de la oficina de extensión y proyección social en actividades y programas que organice la oficina.
- Promover eventos y la oferta de servicios para los egresados.
- Promover la venta de los servicios institucionales.
- Cumplir los lineamientos y la metodología del manual operativo de la oficina de extensión.
- Apoyo logístico en actividades por parte de extensión.
- Apoyo a las actividades operativas que se requieren en la oficina
- Apoyo en la gestión documental de archivos del proceso

1.5.2 Funciones en el lugar de trabajo

1. Gestionar convenios con instituciones públicas y privadas para mantener una interacción con los diversos sectores y actores sociales, mediante servicios expresados en actividades académicas, deportivas, culturales, científicas y de bien social.
2. Realizar el control y seguimiento a los convenios gestionados desde la dependencia de acuerdo a las condiciones establecidas.
3. Articular el desarrollo de prácticas académicas y profesionales de los estudiantes del instituto.
4. Coordinar la oferta de productos de educación continuada.
5. Liderar el condicionamiento y operación de los productos de educación continuada.
6. Administrar el módulo formación continuada en la plataforma Academusoft.

7. Hacer seguimiento a la ejecución de productos de educación continuada.
8. Gestionar junto con los coordinadores de programa proyectos extensionistas.
9. Hacer seguimiento a la ejecución de los proyectos extensionistas.
10. Coordinar la ejecución de los servicios sociales de los estudiantes por escenarios.
11. Hacer seguimiento al cumplimiento de servicios sociales por descuentos o educativo o derecho a grado.
12. Liderar el seguimiento y acompañamiento a los egresados de cada programa académico.
13. Velar por mantener una comunicación permanente con los egresados.
14. Promover eventos y la oferta de servicios para los egresados.
15. Acompañar la implementación de la política de internacionalización institucional.
16. Promover la venta de los servicios institucionales.

1.6. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1 TITULO

Plan de mercadeo para promocionar los servicios ofertados de educación continuada desde el proceso de Extensión y Proyección Social ISER.

1.6.2 OBJETIVOS

1.6.2.1 Objetivo general.

Diseñar un plan de mercadeo para promocionar los servicios ofertados de educación continuada desde el proceso de Extensión y Proyección Social ISER.

1.6.2.2 Objetivos específicos.

- Realizar un análisis de la situación actual de los servicios ofertados de educación continuada.
- Identificar el mercado objetivo para la oferta de servicios de educación continuada.
- Formular estrategias de acuerdo a los servicios ofertados pertinentes y acorde al mercado
- determinar el plan de acción para el desarrollo de las estrategias seleccionadas.
- Elaborar el documento del plan de mercadeo para la oferta de servicios de educación continuada.

1.6.3 JUSTIFICACIÓN

Este trabajo es importante para avanzar en el Mercadeo Educativo que hoy en día es pieza fundamental al interior de las instituciones de Educación Superior en el mundo, porque son variadas las estrategias y acciones a seguir para alcanzar un mayor número de inscritos, siendo una de las finalidades del mercadeo.

La educación continuada es una necesidad imperiosa que se plantea a las Instituciones de Educación Superior (IES) para la actualización de la comunidad, ante la velocidad de los cambios en el conocimiento y en la tecnología. Algunos conceptos la refieren como una actividad académica de extensión universitaria, organizada y ubicada fuera de la estructura del sistema formal educativo, que tiene como propósito actualizar conocimientos y adquirir nuevas destrezas y habilidades que permitan una mejor adaptación al cambio y un desempeño eficiente en el entorno del participante.

Para el Instituto Superior de Educación Rural es una modalidad del proceso misional de extensión y proyección social que tiene por objetivo mejorar los procesos de formación, capacitación y actualización, generando mejores oportunidades en los miembros de la comunidad estudiantil, egresados y el sector externo para enfrentar los nuevos retos que caracterizan a la sociedad actual.

Para el proceso de Extensión es fundamental empezar a desarrollar un plan de mercadeo para los servicios ofertados dirigidos a los diversos públicos con el propósito de hacer transferencia de conocimiento y generar un ingreso a la institución.

1.6.4 Cronograma de actividades:

Tabla 8: Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Inicio de prácticas en la Oficina de Extensión y Proyección Social ISER.	■															
Inducción de información de la Oficina		■														
Inicio del Diagnostico		■														
Recopilación de Información			■													
Creación del análisis de las matrices Mefi, Mefe.				■												
Planteamiento de la propuesta de mejoramiento				■	■											
Entrega del primer informe					■											
Corrección del primer informe					■	■										
Desarrollo de la propuesta.							■	■								
Realizar un análisis de la situación actual de los servicios de educación continuada.							■	■								
Identificar el mercado objetivo para la oferta de servicios de educación continuada.								■	■							
Formular Estrategias de acuerdo a los servicios ofertados pertinentes y acorde al mercado.								■	■							
Determinar el plan de acción para el desarrollo de las estrategias seleccionadas.									■	■						
Elaborar el documento del plan de mercadeo para la oferta de servicios de educación continuada									■	■						
Entrega del segundo informe										■						
Corrección del segundo informe											■					
Socialización del trabajo												■	■			
Aprobación del Plan de Mercadeo														■		
Entrega del tercer informe final															■	■

Cuadro Metodológico:

Tabla 9: Cuadro metodológico

Objetivos Específicos	Actividades	Metodología	Técnicas de recopilación de información
Realizar un análisis de la situación actual de los servicios ofertados de educación continuada.	se analiza la situación interna y externa de los servicios de educación continuada haciendo una recopilación de información del año 2018. -Se lleva a cabo una encuesta a los estudiantes y sector externo que realicen servicios de educación continuada.	Se plantean los resultados obtenidos tanto del análisis interna y externa como de la encuesta.	-se toma como información datos del año 2018 para hacer comparación con el presente año 2019 -se aplica una encuesta con el fin de determinar la oferta de los servicios de educación continuada.
Identificar el mercado objetivo para la oferta de los servicios de educación continuada	Determinar por edad estrato	Se realizará descripción.	-Se realiza un cuadro con la descripción de los del mercado objetivo.
formular estrategias de acuerdo a los servicios ofertados pertinentes y acorde al mercado.	Identificar entre las estrategias las más adecuadas para el desarrollar en el mercado.	Se seleccionan las estrategias que de acuerdo a la particularidad de los servicios ofertados de educación continuada sean los más adecuados	Con la información y resultados ya obtenidos se establecen las estrategias para la oferta de los servicios de educación continuada.
Determinar el plan de acción para el desarrollo de las estrategias seleccionadas.	Elegir el plan de acción que más se adapte al desarrollo de las estrategias.	Se realiza un cuadro que explique detalladamente según las estrategias cual será el plan de acción a seguir.	De acuerdo a las estrategias seleccionadas en el punto anterior se elabora el plan de acción.
Elaborar el documento del plan de mercadeo para la oferta de servicios de educación continuada.			

Fuente: Elaboración propia (2019)

2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

2.1. DISEÑAR UN PLAN DE MERCADEO PARA PROMOCIONAR}

LOS SERVICIOS OFERTADOS DE EDUCACION CONTINUADA DESDE EL PROCESO DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL ISER

2.1.1. ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS SERVICIOS OFERTADOS DE EDUCACIÓN CONTINUADA

2.1.1.1. Situación Actual

La Oficina de Extensión y Proyección Social del ISER inicia su proceso desde el 2017 desde entonces ofrece diferentes servicios de educación continuada para estudiantes docentes y sector externo, con metodología aplicada para diferentes carreras profesionales.

Educación continuada es parte de los cinco procesos que se manejan en la Oficina de Extensión que tiene el instituto ISER, cuenta con una oferta de servicios como (cursos, talleres, diplomados, congresos, semilleros) aportando al desarrollo y formación de conocimiento.

Estos servicios han sido difundidos normalmente por página web institucional, redes sociales como el Facebook de egresados e ISER pamplona, también los docentes se encargan de comunicar a sus estudiantes de cursos que pueden ayudar al fortalecimiento de su formación, donde allí se muestra la oferta de servicios como; cursos, diplomados, talleres, congresos. seminarios, que se ofrecen desde Extensión, los métodos no han sido tan favorables por ende no se ha visto resultados satisfactorios, ya que la meta misional establecida es que el ISER tenga un ingreso que ayuda al mejoramiento de la infraestructura y demás y logre ser reconocida por las demás entidades por la calidad de servicios que se ofrecen en el Instituto.

Estos son los tipos de servicios y su respectiva descripción de cada uno:

✓ **Tipos de servicios:**

- Congreso: evento realizado con regularidad compuesto por conferencias o exposiciones sobre temas de interés o actividad para intercambiarse informaciones y discutir sobre ellas.
- Seminario: evento donde un especialista interactúa con los asistentes en trabajos en común para difundir conocimientos o desarrollar investigaciones.
- Curso: contenido eminentemente teórico, con una duración mínima de 20 horas.
- Taller: contenido totalmente práctico, con una duración mínima de 20 horas.
- Curso – Taller: contenido principal práctico, y se incluyen algunas sesiones magistrales.
- Diplomado: contenido teórico práctico, duración mínima de 80 horas y máxima de 180 horas.

Portafolio vigente.

Se cuenta con un portafolio de educación continuada con el propósito de ofertar a nuestros estudiantes, egresados y comunidad en general productos que les permita la actualización, complementación y profundización de conocimientos, el desarrollo de habilidades y fortalecimiento de competencias, con programas flexibles de carácter presencial y a distancia tradicional.

Recopilación de datos de los 2 años anteriores 2017 y 2018

En miras de la consecución del objetivo de esta modalidad desde el año 2018 se ha planteado implementar una estrategia de oferta diversificada y horizontal, compuesta de diferentes productos de educación continuada y dirigidos a diversos públicos con el propósito de hacer transferencia de conocimiento, recobrar la imagen institucional y generar ingresos.

Tabla 10: Descripción de los servicios de educación continuada

TIPO DE PRODUCTO	NOMBRE	DESCRIPCION	PUBLICO AL QUE VA DIRIGIDO
Curso - Taller	Buenas prácticas de Manufactura	Buenas prácticas soportado en de Manufactura soportada en la	Estudiantes, docentes y expendedores de alimentos del casco urbano, rural y comunidad en general.

		resolución 2674 de 2013.	
Curso – Taller	Seguridad Alimentaria	Gestión empresarial mediante las buenas prácticas de manufactura y manipulación de alimentos.	Microempresarios de los sectores de lácteos, cárnicos, comidas rápidas, dulces de diverso tipo, turismo y sector cosmético.
Curso – Taller	Curso introductorio en seguridad y salud en el trabajo.	Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo SG-SST y la normatividad vigente. (Estándares mínimos del SG de Seguridad y Salud en el Trabajo)	Técnicos, tecnólogos, profesionales, especialistas en seguridad y salud en el trabajo, directores, jefes, coordinadores o responsables de la seguridad y salud en el trabajo, directores de Recursos Humanos, miembros del COPASST, empleadores y contratantes.
Curso – Taller	Asociatividad con enfoque en el desarrollo rural	La asociatividad y fortalecimiento empresarial, conducen al desarrollo agropecuario y rural, genera oportunidades y alianzas de negocios.	Emprendedores, empresarios, líderes de asociaciones y comunidad en general
Curso – Taller	Plan de Negocios	Generar una cultura empresarial desarrollando actividades prácticas, las cuales son diseñadas para involucrar no solo escuelas, colegios, universidades e institutos técnicos,	Jóvenes y adultos con ideas de emprendimiento

		sino también todas las personas jóvenes y adultos con ideas de emprendimiento.	
Curso – Taller	Desarrollo rural para la construcción de la paz.	Estimular el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes que recrean el contexto productivo y vinculan al participante con la realidad cotidiana y estimula de manera permanente la autocrítica y la reflexión	Empresarios, líderes, estudiantes y ciudadanía en general interesada en hacer parte de una sociedad y civilización llamada a frenar la herencia de la violencia e iniciar actos continuos y permanentes de paz y conciliación, que enseñe un camino, una ruta a seguir para la siembra de la paz y la tolerancia en los corazones de una nueva nación.
Curso – Taller	Escuela de formación musical	Implementar un proceso de formación musical en el Instituto, teniendo en cuenta los conocimientos de quienes se inscribieron como participantes del proceso formativo.	Niños a partir de los 8 años, jóvenes y adultos interesados en recibir formación musical.

Diplomado	Construcción de Vías y edificaciones con software aplicativo	Capacitar profesionales con sólidos criterios técnicos y administrativos para que puedan ejercer sus conocimientos en las obras civiles y arquitectónicas.	<p>Estudiantes de programas en áreas de administración, ingenierías, arquitectura y todas las áreas afines que participen en procesos de construcción.</p> <p>Personas de Organizaciones e instituciones académicas dedicadas a la producción de bienes o a la construcción.</p> <p>Servidores públicos que pertenezcan a los sectores de industria, comercio, ciencia y la construcción.</p> <p>En general a toda aquella persona interesada en el conocimiento de la materia con formación en el área.</p>
Diplomado	Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo	Dotar a los participantes de los componentes teóricos y prácticos necesarios para implementar y dirigir con éxito un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional de acuerdo con los requisitos exigidos por los requisitos legales asociados.	Estudiantes, técnicos, tecnólogos y profesionales que deseen adquirir conocimientos que les permitan gestionar la seguridad y salud en el trabajo en cualquier entorno laboral.
Diplomado	Virtualización Y Gestión De Servidores	Obtener los conocimientos teóricos y prácticos	Docentes, egresados, estudiantes y personal adscrito a empresas en

		necesarios para emprender procesos técnicos de virtualización de servidores en diferentes organizaciones.	los niveles técnicos, tecnológicos e ingeniería en las áreas de sistemas, electrónica, telecomunicaciones y afines.
--	--	---	---

Fuente: servicios de educación continuada del año 2017 y 2018 (2019)

✓ **Estadísticas de productos ejecutados años 2017 y 2018.**

- Registros consolidados

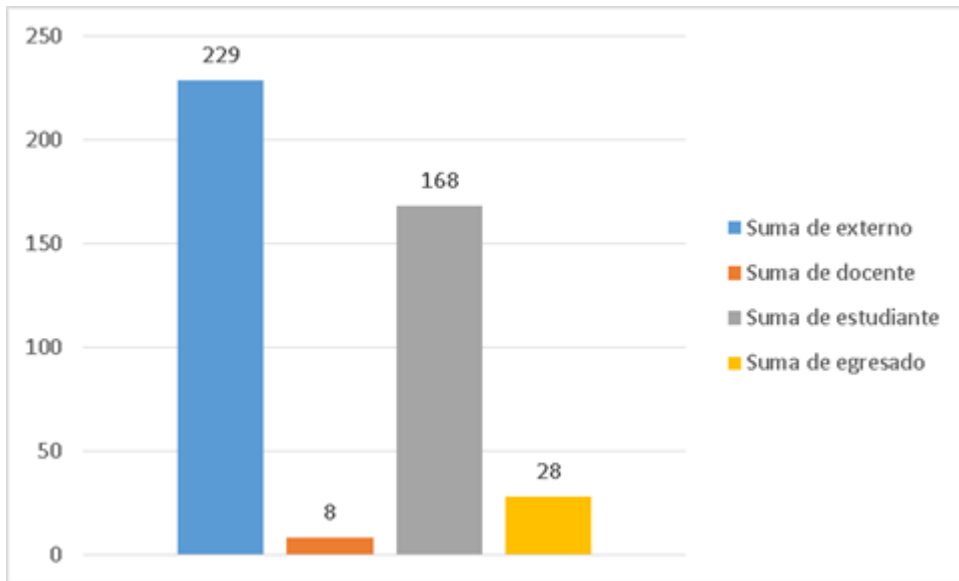
Tabla 11: Resultados de registros consolidados

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Números de participantes en productos de educación continuada	435
Número de productos de educación continuada ejecutados	16
Monto total de recursos percibidos	\$ 50.405.867

Fuente: Oficina de extensión

- Caracterización de la población participante:

Ilustración 3: Caracterización de la población participante



Fuente: información extraída de la Oficina de Extension y Proyección Social

•Ingresos por Periodo y Rubro

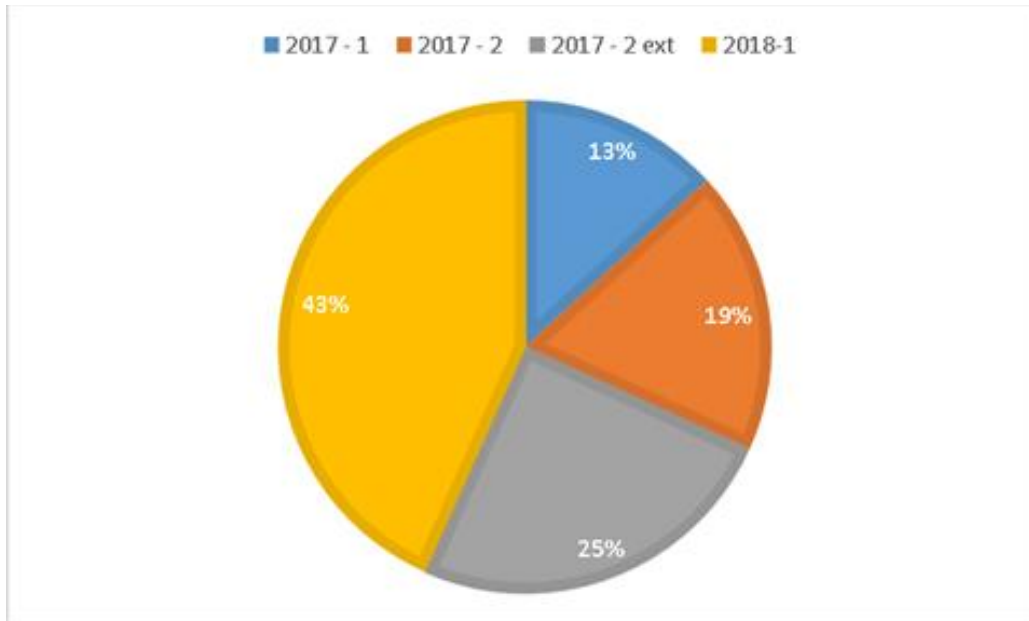
Ilustración 4: Ingresos por periodo y rubro



Fuente: información extraída de la Oficina de Extension y Proyección Social

•Distribución porcentual de los ingresos.

Ilustración 5: Distribución porcentual de los ingresos



Fuente: información extraída de la Oficina de Extension y Proyección Social

Se puede analizar que en el año 2018 con respecto a los servicios ofertados de educación continuada tuvo una buena estadística, lo cual indica que fue rentable en ese año la oferta de estos servicios, se pudo observar que el mayor participante de estos servicios fue el sector externo quien hace uso de los cursos ofertados lo que permite que sea una ventaja ya que el logro es que estos cursos sean más reconocidos por el sector externo y a la institución le es de gran ayuda para ser reconocida por los servicios ofertados de buena calidad y buena formación.

Metodología

Técnica e instrumento

Fuente

Este tipo de información y fuente que se tendrán en cuenta son las primarias, con una herramienta de orden cuantitativo como la encuesta, que se aplicó a los actuales estudiantes y sector externo del instituto superior de educación rural ISER de los servicios de educación continuada (cursos, diplomados, semilleros, talleres, seminarios).

Instrumento

Fue utilizado dos tipos de instrumento, la encuesta tipo censo a la población 35 a los que hacen uso de los servicios como curso y diplomados y 15 a los que no hacen uso. El segundo es una entrevista con los estudiantes de los diferentes programas del ISER.

Muestreo

Dentro de las técnicas estandarizadas para el acopio de información, con el valor adicional que supone obtenerla de forma directa las técnicas cuantitativas se basan en un cuestionario estructurado o semiestructurado y las personas objeto forma parte de una muestra representativa de la población. Uno de los tipos de trabajo de las técnicas cuantitativas es la encuesta la cual se apoya de materiales gráficos para presentar los resultados.

Se llevó a cabo una encuesta de tipo descriptivo de respuesta cerradas y el medio de captura fue el papel. Por no ser la población estadística demasiado grande se llevó a cabo la encuesta con las personas que están haciendo uso de los servicios de educación continuada 35 personas y también se aplicó a 20 personas que no hacen uso con el fin de identificar la causa.

2.1.1.2. Análisis de la situación interna

Para realizar el análisis de la situación interna se llevó a cabo una encuesta aplicada a los estudiantes, docentes y sector externo de los servicios ofertados de educación continuada con el fin de saber que tanto conocen de educación continuada y por

qué medio se enteran de la oferta de los servicios por la Oficina de Extensión y Proyección Social del ISER

para la elaboración del instrumento se tuvo en cuenta la recopilación de información, a través de una interacción por medio de preguntas y pequeñas entrevistas hechas a los estudiantes de los diferentes programas educativos del ISER, se indago con el fin de determinar las personas que hacen uso de educación continuada y porque medio se enteran de los servicios ofertados por parte de la Oficina de Extensión y Proyección Social.

Este instrumento se aplicará a 50 personas que estén haciendo uso de cursos, diplomados y también a los que no lo estén haciendo uso en el periodo 2019-2 con el fin de determinar cuáles son estudiantes del (ISER y UNIPAMPLONA) y externos (egresados, empleado, profesional) y el motivo del no uso de los servicios de educación continuada debido a la importancia de conocer estos factores para obtener mayor información y así brindar un mejor servicio.

ENCUESTA



SERVICIOS OFERTADOS DE EDUCACION CONTINUADA POR LA OFICINA DE EXTENSION Y PROYECCION SOCIAL ISER

<input type="checkbox"/> ESTUDIANTE	INSTITUCION _____
<input type="checkbox"/> EMPLEADO	PROGRAMA _____
<input type="checkbox"/> OTRO _____	PROFESIÓN _____

Marque con una x la respuesta con la que esté de acuerdo, elije solo una opción.

1. ¿Conoce usted los servicios de educación continuada (cursos, talleres, diplomados, congresos, seminarios) ofertados por Extensión y Proyección Social del ISER?

Sí No

2. ¿Ha recibido usted algún servicio de educación continuada en el ISER?

Sí No

3. Si la respuesta anterior fue NO selecciones la posible causa

- Porque no conozco los servicios de educación continuada
- Porque no hay cursos de acuerdo a mi profesión
- Porque no me parecen importantes
- Porque no tengo tiempo disponible

4. ¿Es importante para usted realizar cursos de educación continuada?

Sí No

5. Por qué medio se enteró usted de los servicios ofertados de educación continuada (cursos, talleres, diplomados, congresos, seminarios)

- Página institucional
- Publicidad impresa
- Redes sociales
- Por correo electrónico
- familiar o amigo

6. Porque medio de difusión le gustaría enterarse de los servicios de educación continuada ofertados por Extensión y Proyección Social del ISER.

- Página institucional
- Publicidad impresa
- Redes sociales
- Correo electrónico
- Volantes, afiches
- Radio
- Vallas publicitarias
- Todas las anteriores

7. De los siguientes cursos y diplomados cual le gustaría a usted que la Oficina de Extensión ofertara, para mejorar los procesos de formación y fortalecer conocimientos.

	CURSOS		DIPLOMADOS
	Marketing digital		En informática y sistemas online
	Primeros auxilios		Diseño presupuesto programación control supervisión y vías terciarias y otras obras civiles con software aplicativo
	Mercadeo		Actualización en proceso de gestión de talento humano
	Implementación Seguridad y salud en el trabajo		Dirección de proyectos y negociación internacional
	Topografía		gerencia estratégica de la empresa ganadera y agrícola
	Excel avanzado		Administración de tareas de alto riesgo
	Enrutamiento		Desarrollo comunitario
	Higiene y manipulación de alimentos		Seguridad industrial salud ocupacional y gestión ambiental en el sector de hidrocarburo

8. ¿Bajo qué modalidad le gustaría que se ofertaran los servicios de educación continuada?

- presencial
- distancia tradicional (tutorías)
- virtual

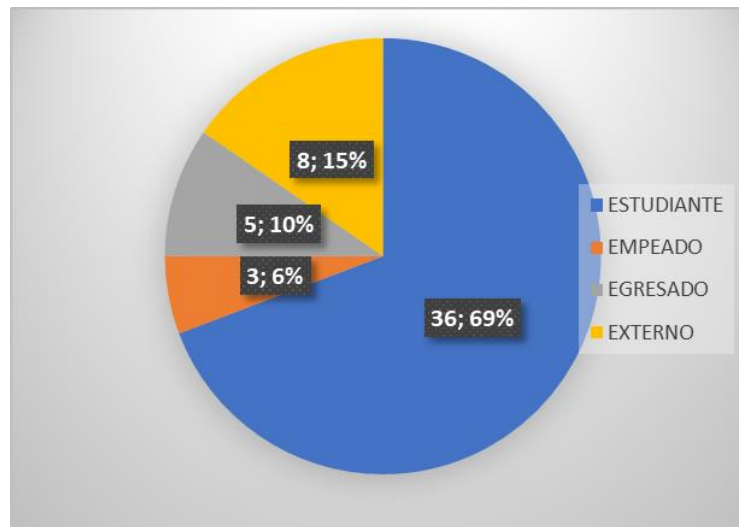
9. ¿En qué jornada preferiblemente?

- Diurna
- Nocturna o extendida (6-8 am y 6-10 pm)
- Fin de semana (V-S-D)
- Concentrada (semana al mes)

A continuación, se mostrará la caracterización de la población encuestada para determinar el conocimiento de la oferta académica de los cursos de formación continuada del Instituto de Educación Rural ISER Pamplona

Ocupación de la población: estudiantes, empleados, egresados, externo:

Ilustración 6: Ocupación de la población

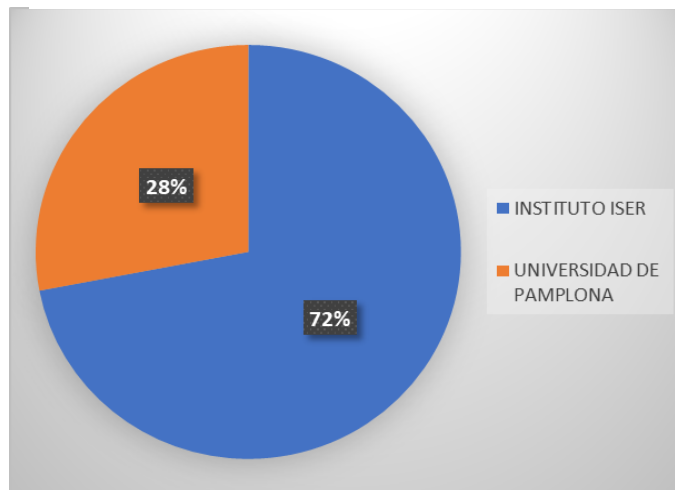


Fuente: Diseño propio (2019)

Una vez realizada la caracterización de la población encuestada, se pudo determinar qué; el 69% de las personas encuestadas corresponden a es estudiantes, el 15% corresponden al sector externo, y el 10% corresponden a egresados de la institución (ISER) y tan solo el 6% corresponden a personas que se encuentran laborando.

- **Población estudiantil e institución a la que pertenece**

Ilustración 7: Población estudiantil

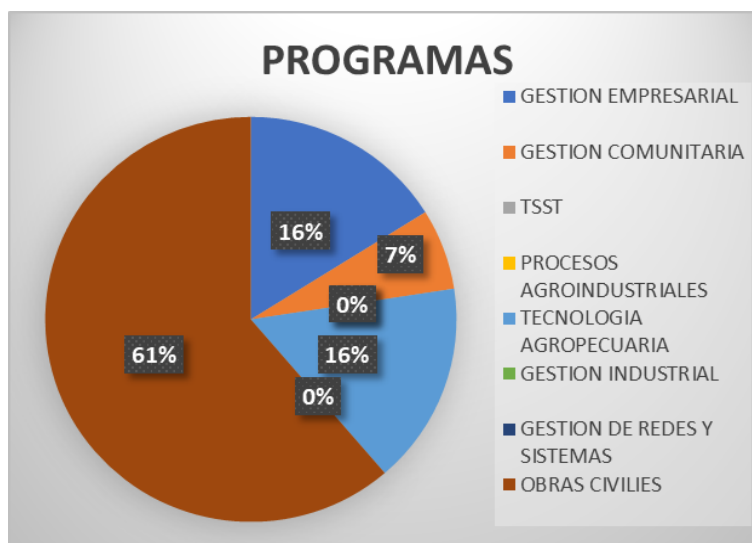


Fuente: Diseño propio (2019)

Del 69 % de los encuestados corresponden a población estudiantil de los cuales 28% de estos son estudiantes de la universidad de pamplona y el 72% corresponden a estudiantes del ISER. Como se puede observar en la ilustración 5.

- **Estadística programas del Instituto Superior de Educación Rural ISER**

Ilustración 8: Programas del Instituto Superior de Educación Rural ISER

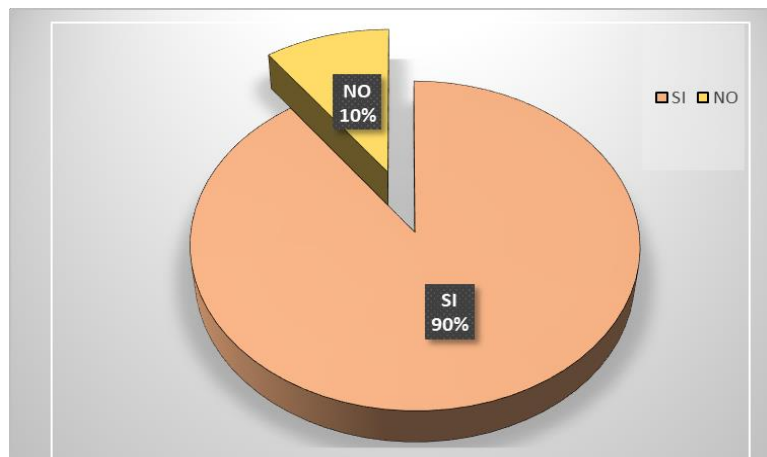


De los estudiantes encuestados del Instituto Superior de Educación Rural ISER están distribuidos en los siguientes programas académicos con la siguiente participación: gestión empresarial 16%, gestión comunitaria 7%, tsst 0%, procesos agroindustriales 0%, tecnología agropecuaria 16%, gestión industrial 0%, gestión de redes y sistemas 0%, obras civiles 61% resaltando el de obras civiles quien obtuvo mayor porcentaje lo cual indica que solo estos estudiantes están haciendo más uso de los servicios de educación continuada

A continuación, se mostrarán el análisis de los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento

- **Resultados: pregunta 1. ¿conoce usted los servicios de educación continuada (cursos, talleres, diplomados, congresos, seminarios) ofertados por Extensión y Proyección Social?**

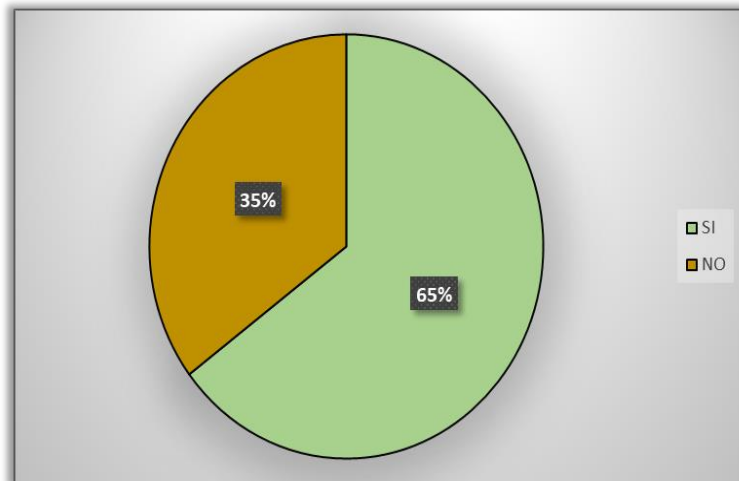
Ilustración 9: Conoce los servicios de educación continuada



En la ilustración 7 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta número 1. El 90% de los encuestados manifestó conocer los servicios o cursos ofertados por la oficina de extensión Y Proyección Social del ISER, mientras que el 10% restante no conoce la oferta de servicios.

Resultados pregunta 2: ¿ha recibido usted servicios de educación continuada en el ISER?

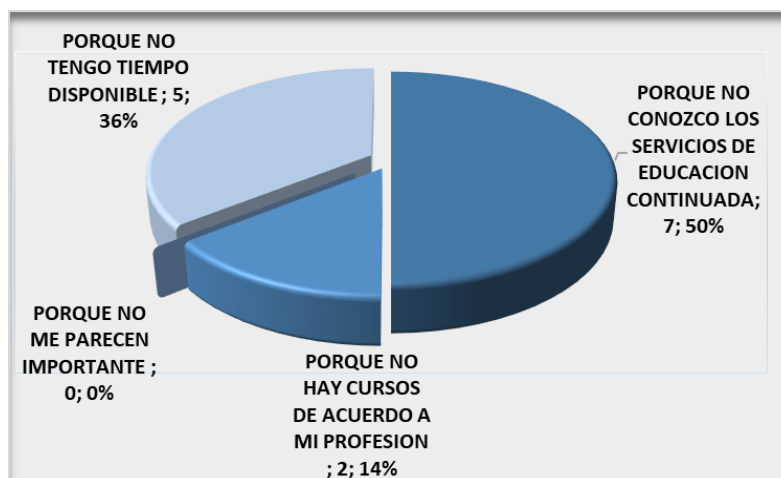
Ilustración 10: uso de los servicios de educación continuada



El grafico muestra los siguientes resultados: el 65% si ha hecho uso de estos servicios por el contrario el 35% no ha recibido servicios de educación continuada, por ende, se debe reforzar más el 35% para lograr mantener mayor número de usuarios con el fin de incrementar la oferta de los servicios.

- **Resultados pregunta 3: si la pregunta anterior fue no seleccione la posible causa.**

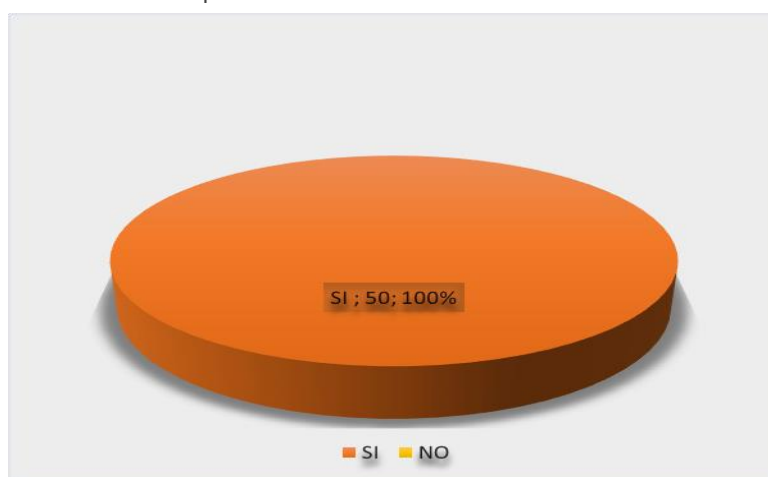
Ilustración 11: Posibles causas



este grafico muestra claramente la causa del porque no ha recibido un servicio de educación continuada de los encuestados un 7% no conoce los servicios lo cual genera una problemática ya que el propósito misional de educación continuada es ofertar estos servicios, un 2% porque no ofertan servicios de acuerdo a la profesión que estudian, para cambiar este porcentaje se debe tener en cuenta el tipo de curso y a las personas a quienes vaya dirigido estos curso con el fin de tener una rentabilidad entre más personas hayan mejor será el ingreso, y un 5% porque no tienen tiempo disponible, al momento de ofertar estos servicios hay que tener en cuenta el horario, que sea flexible para todos.

- **Resultados pregunta 4: es importante para usted realizar cursos de educación continuada.**

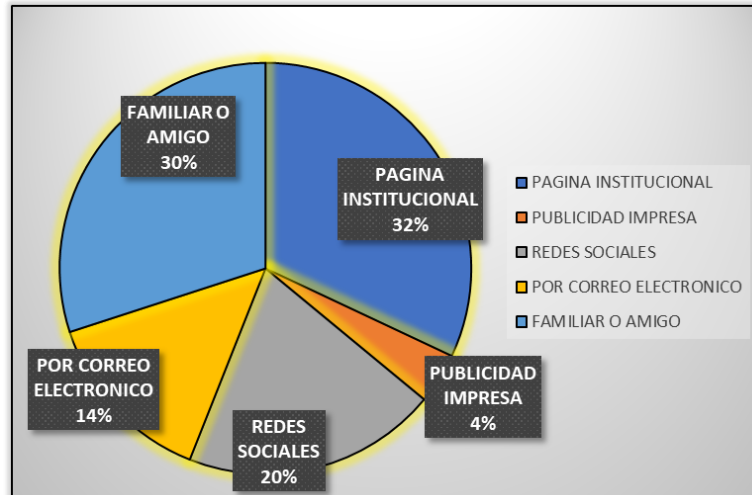
Ilustración 12: importancia de los servicios de educación continuada



Esta figura arroja el 100%, quiere decir que a los encuestados si les parece importantes los servicios de educación continuada, por esta razón se debe ofertar cursos libres que ayuden a fortalecer conocimientos y aprendizaje para la formación profesional de cada uno de los usuarios.

- **Resultados pregunta 5: porque medio se enteró usted de los servicios ofertados de educación continuada (cursos, talleres diplomados congresos, seminarios)**

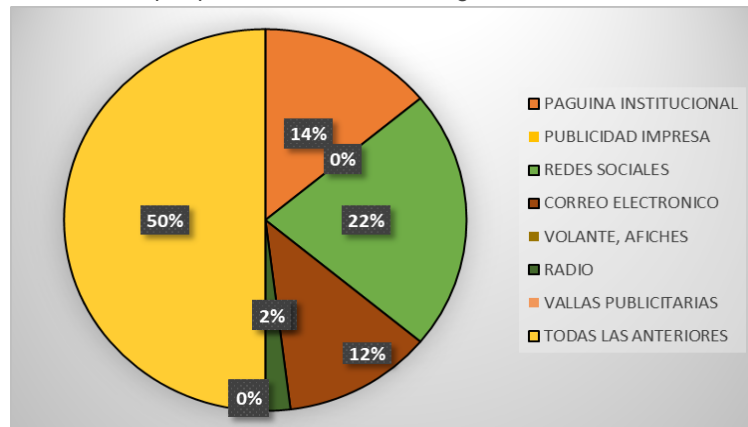
Ilustración 13: porque medio se enteró de los servicios



Este grafico arrojo unos resultados con respecto a qué medio de difusión se entera de los servicios ofertados de educación continuada, el 32% se ha enterado por la pagina institucional el 30% por un familiar o amigo, el 20% redes sociales, el 14% vía correo electrónico el 4% publicidad impresa. Con esto se pretende conocer qué medio de difusión es el más utilizados por los estudiantes y el sector externo ya que ellos son la fuente principal para ofertar estos servicios es importante saber que medio le facilita ver mejor la publicidad.

- **Resultados pregunta 6. Porque medio de difusión le gustaría enterarse de los servicios de educación continuada ofertados por Extensión y Proyección Social ISER.**

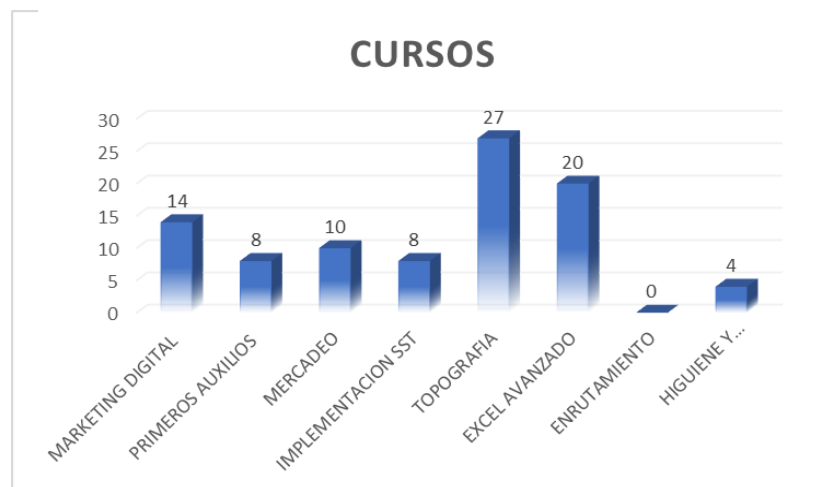
Ilustración 14: porque medio de difusión le gustaría enterarse de los servicios



El mayor porcentaje fue de 50% lo cual significa que el mejor medio para hacer llegar la publicidad es por: página institucional, publicidad impresa, por las redes sociales, vía correo electrónico, volates, afiches, entre otras

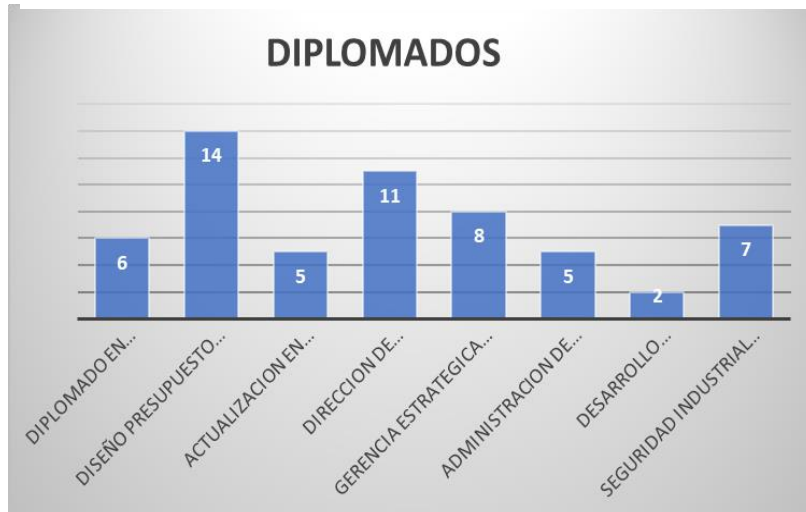
- **resultados pregunta 7. de los siguientes cursos y diplomados cual le gustaría a usted que la Oficina de Extensión ofertara, para mejorar los procesos de formación y fortalecer conocimientos.**

Ilustración 15: cursos



En el gráfico de cursos se puede observar que a los encuestados se les dio opciones para que eligieran más de un curso con el fin de que la Oficina de Extensión y Proyección Social los ofertara, por esta razón arrojó estos resultados por encima de los 50 encuestados.

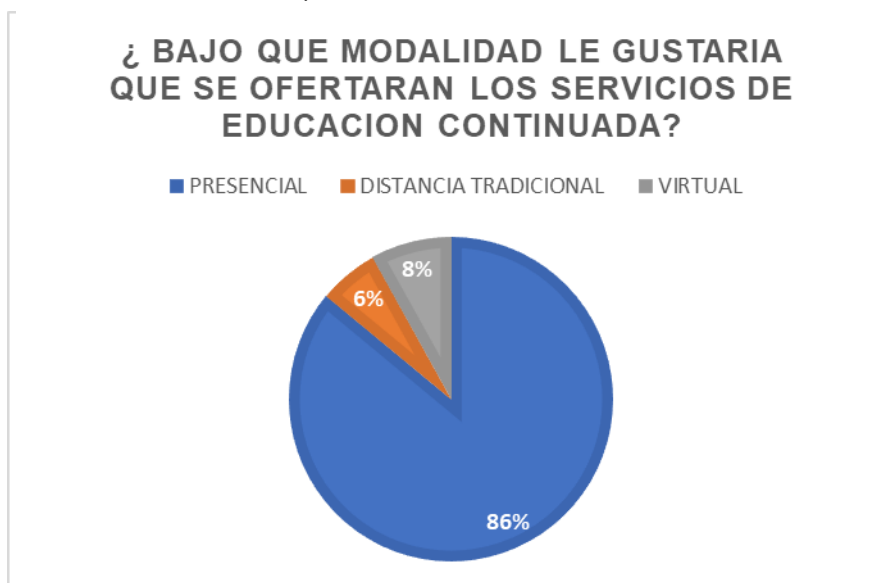
Ilustración 16 Diplomados de educación continuada



de igual manera en el gráfico de los diplomados se realizó la misma función arrojando resultados diferentes a los de los cursos ya que con esta información se pretende expandir más el portafolio de servicios.

- **resultados pregunta 8. Bajo que modalidad le gustaría que se ofertara los servicios de educación continuada.**

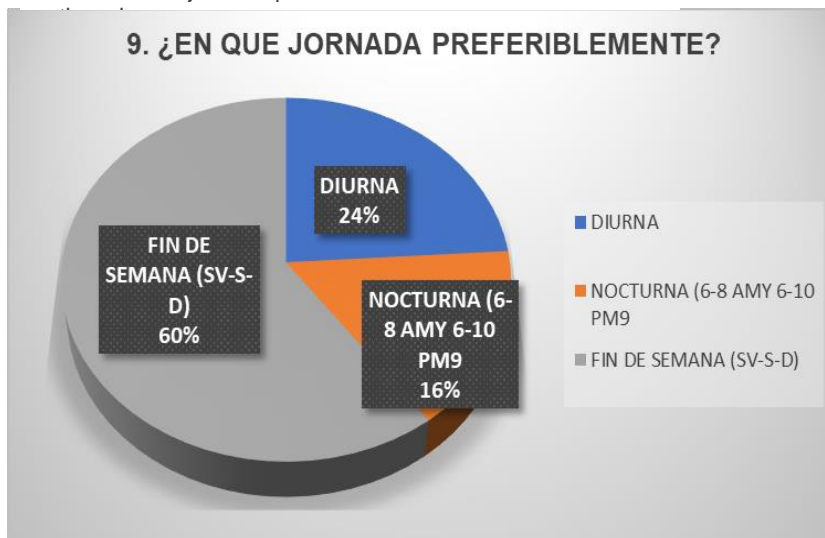
Ilustración 17: modalidad para la oferta de los servicios de educación continuada



El 86 % manifiesta que los servicios sean presenciales el 8% virtual y el 6% a distancia significa que puede haber cursos teórico práctico y la modalidad es preferible presencial.

- **resultados pregunta 9. ¿En qué jornada preferiblemente?**

Ilustración 18: jornada para los servicios de educación



Esta figura nos muestra que el 60% de los encuestados prefieren los fines de semana para realizar cursos de educación continuada ya que tienen más tiempo disponible y pueden hacer uso de los servicios

2.1.1.3. Análisis de la situación externa

Pamplona cuenta con diferentes instituciones educativas como (el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, la Universidad Abierta y a Distancia UNAD, la Universidad de Pamplona las cuales ofrecen servicios similares al Instituto Superior de Educación Rural ISER, y logra convertirse en competencia, por ende, se debe de mejorar un estudio de marketing por medio de publicidad, socialización interacción, tarifas que sean acorde de la economía y permanecer acertadamente al mercado.

Descripción de los cursos libres ofertados en el periodo 2019-2

Tabla 12: descripción de curso topografía avanzado

ITEM	CARACTERISTICA
Institución	INSTITUCION SUPERIOR DE EDUCACION RURAL ISER
Nombre del curso	Topografía avanzada
Facultad a la que está adscrita	Facultad de ingeniería e informática
Lugar donde funciona	Pamplona N/S
Tipo de programa	Pregrado y posgrado
Nivel de formación	Avanzado
Título	Topografía avanzada
Metodología	Presencial
Horario de clases	Sábados 1:00 pm a 6:00pm
Duración del curso	40 horas
Cupo máximo	30
Número de estudiantes inscritos	18
Número de estudiantes activos	15
Valor del curso	\$120.000

Fuente: elaboración propia (2019)

Tabla 13: curso primeros auxilios

ITEM	CARACTERISTICA
Institución	INSTITUCION SUPERIOR DE EDUCACION RURAL ISER
Nombre del curso	Primeros auxilios
Facultad a la que está adscrita	Facultad de ingeniería e informática
Lugar donde funciona	Pamplona N/S
Tipo de programa	Pregrado
Nivel de formación	Básico
título	Primeros auxilios
metodología	Presencial
Horario de clases	Viernes 6:00 pm a 10:00 pm
Duración del curso	40 horas
Número de estudiantes inscritos	27
Número de estudiantes activos	16
Valor del curso	\$10.000

Fuente: elaboración propia (2019)

Tabla 14: curso andamios y excavaciones

ITEM	CARACTERISTICA
Institución	INSTITUCION SUPERIOR DE EDUCACION RURAL ISER
Nombre del curso	Andamios y excavaciones
Facultad a la que está adscrita	Facultad de ingeniería e informática
Lugar donde funciona	Pamplona N/S
Tipo de programa	Pregrado
Nivel de formación	Experiencia para el ámbito laboral
titulo	Andamios y excavaciones
metodología	Presencial
Horario de clases	Martes 6:00 pm a 10:00 pm
Duración del curso	40 horas
Número de estudiantes inscritos	8
Número de estudiantes activos	8
Valor del curso	\$15.000

Fuente: elaboración propia (2019)

Tabla 15: curso topografía básica

ITEM	CARACTERISTICA
Institución	INSTITUCION SUPERIOR DE EDUCACION RURAL ISER
Nombre del curso	Topografía básica
Facultad a la que está adscrita	Facultad de ingeniería e informática
Lugar donde funciona	Pamplona N/S
Tipo de programa	Pregrado
Nivel de formación	Básico
titulo	Topografía básica
metodología	Presencial
Horario de clases	Viernes 6:00 pm a 10:00 pm
Duración del curso	40 horas
Número de estudiantes inscritos	5
Número de estudiantes activos	5
Valor del curso	\$50.000

Fuente: elaboración propia (2019)

Diplomados

Tabla 16: diplomado ofertado de educación continuada

ITEM	CARACTERISTICA
Institución	INSTITUCION SUPERIOR DE EDUCACION RURAL ISER
Nombre del curso	Diseño presupuesto programación control y supervisión de vías terciarias y otras obras civiles con software aplicativo
Facultad a la que está adscrita	Facultad de ingeniería e informática
Lugar donde funciona	Pamplona N/S
Tipo de programa	Pregrado
Nivel de formación	Avanzado
título	Primeros Diseño presupuesto programación control y supervisión de vías terciarias y otras obras civiles con software aplicativo auxilios
metodología	Presencial
Horario de clases	Sábados 1:00 pm a 6:00 pm
Duración del curso	120 horas
Número de estudiantes inscritos	20
Número de estudiantes activos	15
Valor del curso	\$ 432.000

Fuente: elaboración propia (2019)

2.2. Mercado Objetivo

El mercado al cual se dirige los servicios ofertados de educación continuada se ubica en lo geográfico demográfico y social principalmente en el municipio de Pamplona y su provincia.

A través de la encuesta que se aplicó anterior mente se pudo observar que el mercado principal será el sector externo donde incluyen egresados, estudiantes de

la universidad, profesionales y demás quienes complementan sus conocimientos con la educación continuada.

Tabla 17: mercado objetivo

geográfico	demográfico	Social
Municipio Pamplona	Estratos 1,2,3	Estudiantes Unipamplona
Municipio de Pamplonita	Para hombres y mujeres de todas las edades	egresados
Municipio de Toledo	De todas las carreras	Personas externas
Municipio de la Bateca		Profesionales
Municipio Chitagá	Personas independientes	
Municipio Cacota	Amas de casa	
Municipio Silos		
Municipio de Mutiscua		

- ¿A quién se dirige la oferta de servicios de educación continuada?

Va dirigido a todo el sector externo incluyendo (egresados, estudiantes de la Unipamplona profesionales personas independiente).

- ¿Cuál es el rango de edad?

de la edad de 6 años en adelante

- ¿la oferta de servicios de educación continuada se dirige a mujeres y hombres o ambos géneros?

Si a ambos géneros

- ¿Dónde ofertan los servicios de educación continuada?

Se oferta en el Instituto Superior de Educación Rural ISER desde la Oficina de Extensión y Proyección Social

Estrategias de mercadeo

Para formular las estrategias se tuvo en cuenta el libro, el Plan de marketing en la práctica de José María Sainz de Vicuña Ancín, el cual hace referencia a cuatro grandes estrategias que se mencionan a continuación:

1. Decisiones estratégicas corporativas
2. Estrategias de cartera
3. Estrategias de segmentación y de posicionamiento
4. Estrategias funcionales

Selección de las estrategias

De las estrategias anteriores se seleccionaron las más adecuadas para el desarrollo del presente trabajo. Para seleccionar las estrategias se tuvo en cuenta el análisis realizado y cada uno de los aportes de las fuentes secundarias consultadas, los cuales sirvieron como soporte para un mejor conocimiento y de la situación actual, permitieron plantear la estrategia de manera coherente, eficaz y ajustada a las necesidades de la Oficina de Extensión y Proyección Social. Con base en los resultados obtenidos en la encuesta se percibe que las estrategias funcionales son las que mejor integran y tienen en cuenta los puntos donde se denotan las falencias señaladas por los usuarios internos y por las oportunidades expuestas en el análisis externo. De esta manera las estrategias funcionales pretenden que después de lograr excelentes resultados con las diferentes actividades planteadas en cada uno de sus componentes estructurales, estas se vean aún mejor logradas por medio de acciones que permitan un incremento en el número de estudiantes y sector externo en los servicios de educación continuada y una mayor promoción de los mismos.

Estrategias Funcionales

- **Producto:** en lo referente a las estrategias de producto, la Oficina de Extensión y Proyección social se caracteriza por contar con estrategias basadas en la innovación y continua calidad de los servicios ofertados de educación continuada.

En cuanto a la innovación continua de los servicios, la Oficina de extensión se encuentra en constante investigación, con el fin de introducir nuevos servicios al portafolio y tener más participación del sector externo.

De este modo se realiza este estudio con el fin de conocer cuál será la problemática y también de analizar porque no hay un incremento de los servicios ofertados y así poder utilizar estrategias que ayuden al mejoramiento de estos servicios.

- **Plaza:** para su estrategia de plaza, actualmente los servicios de educación continuada son ofertados en el ISER y por medio de la página institucional se entera el sector externo, pero como tal no hay seleccionado una plaza en específico en el cual este seguro la oferta de estos servicios de educación continuada
- **Precio:** para la estrategia de precio se ha manejado tarifas asequibles con el fin de que los estudiantes y sector externo accedan fácilmente a los servicios, incrementando el número de participantes y así competir en el mercado ya que la fijación de precios rentables exige que se tome en cuenta cómo afecta esta decisión el comportamiento futuro de competidores y la rentabilidad en el futuro.
- **Comunicación:** estos servicios en la actualidad son ofertados internamente vía correo electrónico y por la página institucional a estudiantes y externamente se han enterado de los servicios por medio de la página institucional y vos a vos pero muchas veces no se ha reforzado la publicidad para estos servicios.

Las estrategias adecuadas de la comunicación serian hacer difusión en todas las redes sociales, que la Oficina de Extensión tenga acceso directo a la página principal y tener la ventaja de publicar los servicios en el momento que estén disponibles durante el periodo académico, tener cercanía con las demás instituciones públicas y hacer oferta de los servicios de educación continuada con pequeñas charlas exponiendo la importancia de los servicios que ofertan de calidad, por medio de radio, vallas publicitarias, volantes, perifoneo, aprovechamiento de actividades en espacios públicos, afiches y demás.

Desarrollo del documento del plan de mercadeo

Plan de acción producto:

Tabla 18: plan de acción producto

DECISIÓN	CÓD	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO
Diseñar un portafolio que oferte los servicios de educación continuada	1	Incluir nuevos cursos libres al portafolio a medida que se vaya ofertando los servicios.	Oficina de Extensión y Proyección Social	Cada trimestre
	2	Elaborar un video en el cual incluyan experiencia de los cursos recibidos por parte de los estudiantes, egresados y sector externo	Oficina de Extensión y Proyección Social	A mitad de semestres del 2020-1
	3	Elaboración de encuesta para saber el nivel de satisfacción del usuario	Oficina de Extensión y Proyección Social	Cada vez que se dé por finalidad un curso de educación continuada
Optimizar la relación con estudiantes de todos los programas para dar a conocer que es educación continuada	4	Realizar charlas con estudiantes del primer semestre con el fin de que conozcan todo lo relacionado con educación continuada	Oficina de Extensión y Proyección Social	A principios de semestre 2020-1
	5	Actualizar base de datos de personas ya existentes en los cursos de educación continuada.	Oficina de Extensión y Proyección Social	2020-1

Plan de acción plaza

Tabla 19: plan de acción plaza

DECISIÓN	CÓD	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO
Aprovechamiento de espacio para dar a conocer los servicios de educación continuada	6	Alianzas con la universidad de Pamplona ya que se tiene demasiada demanda estudiantil y se debe aprovechar al máximo por medio de charlas los servicios que se van a ofertar	Oficina de Extensión y Proyección Social	Apenas den inicio los servicios de educación continuada
	7	Detallar los eventos en los cuales esté vinculado el ISER para aprovechar espacios y dar a conocer los servicios que estén ofertando en el momento	Oficina de Extensión y Proyección Social	Todo el semestre 2020-1
	8	Seguir informando a las personas que ya estén involucradas anteriormente en los servicios, y tenerlos en constante comunicación.	Oficina de Extensión y Proyección Social	Inicios del semestre 2020-1

Identificar el mercado potencial	9	Fortalecimiento de comunicación en estudiantes tanto del ISER como de la Universidad de Pamplona	Oficina de Extensión y Proyección Social	A principios de semestre 2020-1
Expandir hacia nuevos mercados	10	Llevar a todos los municipios aledaños la oferta de educación continuada, el cual el docente sea quien se dirija hacia el lugar.	Oficina de Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1
	11	Tener cercanía con los alcaldes de los diferentes municipios para apoyo de difusión de los servicios ofertados en el instituto ISER	Oficina de Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1
Aumentar el número de inscritos en los servicios de educación continuada en un 15% aproximadamente	12	Establecer constante difusión en todas las redes y medios de comunicación para así obtener el porcentaje establecido	Oficina de Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1

Plan de acción precio:

Tabla 20: plan de acción precio

DECISIÓN	CÓD	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO
Descuentos en los servicios de educación continuada	13	Brindar descuentos a estudiantes y egresados del Instituto ISER	Oficina Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1
Programa referido	14	Consiste en publicar los servicios de educación continuada en las redes sociales y el que más likes obtenga podrá tener un descuento	Oficina Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1
	15	Publicar en la página institucional el programa referido	Prensa	Semestre 2020-1
	16	Enviar permanentemente información a los correo de los estudiantes	Oficina Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1

Plan de acción comunicación

Tabla 21: plan de acción comunicación

DECISIÓN	CÓD	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO
Incrementar la promoción y divulgación de la oferta de los servicios de educación continuada	17	Hacer difusión para página institucional apenas salga en oferta un servicio	Prensa	Semestre 2020-1
	18	Mantener en comunicación a los egresados por medio Facebook fan page para que estén actualizados de la oferta de los servicios	Apoyo egresados	Semestre 2020-1
	20	Realizar perifoneo a inicio que salga en oferta un servicio	Oficina Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1
	21	Crear volantes publicitarios para repartir en las charlas que se den en las aulas de la universidad	Oficina Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1
	22	Afiches publicitarios Esto permite visualizar mejor la publicidad a la comunidad, se deben ubicar los afiches con imágenes claras y la información exacta en puntos estratégicos donde transiten los habitantes para que ayude a la difusión de los servicios.	Oficina Extensión y Proyección Social y apoyo prensa	Semestre 2020-1

	23	Vaya publicitaria permite visualizar la información a los estudiantes sobre la oferta de servicios de educación continuada	Oficina Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1
	24	Que la Oficina de tenga acceso directo con la pagina institucional para hacer la promoción de los servicios que se vayan a ofertar	Oficina Extensión y Proyección Social	Semestre 2020-1

CONCLUSIONES

La Oficina de Extensión y Proyección Social del Instituto Superior de Educación Rural ISER, es la principal fuente basada en procesos que benefician el desarrollo de la formación del estudiante, por lo cual uno de esos procesos es la educación continuada que tiene como meta misional aportar en múltiples y diversas actividades de actualización y capacitación dirigida a un universo muy variado de destinatarios, tales como cursos de profundización, cursos de capacitación, seminarios y congresos de actualización académica y científica; entre otros.

La presente estrategias de mercadeo permite desarrollar acciones que conllevan al mejoramiento de la promoción de los servicios ofertados de educación continuada tanto interna como externa de la institución las cuales a su vez se proponen generar satisfacción y aumentar el número de inscritos.

La estrategia planteada permite reconocer los aspectos que se hacen necesarios mejorar en cuanto a la promoción y difusión de los servicios y los que se deben hacer más visibles a la comunidad, de manera que aumenten los nuevos estudiantes y así darle una mayor dinámica a la estrategia de mercadeo.

RECOMENDACIONES

Gracias al estudio que se realizó y a los resultados obtenidos se recomienda a la Oficina de Extensión y Proyección social del Instituto Superior de Educación Rural ISER colocar en ejecución las estrategias seleccionadas para lograr la meta misional de educación continuada ya que es importante a partir del año 2020 aumentar el número de inscritos y tener una buena difusión de estos servicios.

Se debe de aplicar la encuesta de satisfacción de los servicios ofertados ya que dé hay parte el mejoramiento y la calidad que se quiere promocionar.

Hacer el paso a paso de las estrategias de producto, plaza, precio y comunicación con el fin de lograr resultados satisfactorios para tener rentabilidad en la oferta.

ALCANCE DE LA PRACTICA

Uno de los objetivos de realizar pasantía, es la experiencia que uno adquiere en el día a día en la empresa, experimentar el clima organizacional en el lugar de trabajo, ayuda a visualizar como es el mundo laboral, adquirir responsabilidad en tareas asignadas y rodearse de personas con más formación profesional permite alimentarse de más conocimiento.

El desarrollo que tuve en el trascurso de la practica en la Oficina de Extensión y Proyección Social en el Instituto Superior de Educación Superior Rural ISER me permitió aplicar los conocimientos teóricos a la práctica, conocer la dinámica de la Oficina, trabajar como apoyo a los procesos que se manejan dentro de la misma, establecer un equipo de trabajo que permitiera el rendimiento de las actividades mostrando las habilidades y capacidades que me identifican.

Lo más importante fue que desde el inicio que se logró tener una excelente comunicación tanto oral como escrita, cumplir con las expectativas de la líder, en momento que se trabajó bajo presión.

BIBLIOGRAFIA

- http://www.iser.edu.co/iser/hermesoft/portallG/home_1/recursos/paginas_contenido/11042019/pag_eps_educacion_continuada.jsp
- <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10537/DISE%C3%91ODEUNPLANDEMERCADEO%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- https://books.google.com.co/books/about/El_plan_de_marketing_en_la_pr%C3%A1ctica.html?id=UmJir2Uwe7kC&redir_esc=y
- https://issuu.com/pucesd/docs/plan_de_marketing_para_potenciar_lo

ANEXOS

- Fotografías de la difusión de los servicios ofertados de educación continuada en la universidad de Pamplona



- Apoyo logístico en la semana Iserista viernes 20 de septiembre panel de expertos de egresados

