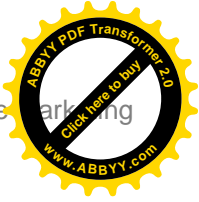


CEU
*Universidad
Cardenal Herrera*

DEPARTAMENTO DE
**ECONOMÍA Y
EMPRESA**

Máster Universitario Dirección de Marketing



**CEU UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA
MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN DE MARKETING**

**“Estudio y Desarrollo de un Plan de Marketing, para los Posgrados
en Economía de la Pontificia Universidad Javeriana
(Bogotá -Colombia)”**

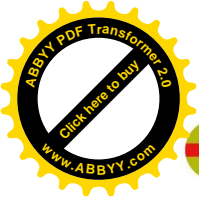
Por: CAROLINA OTÁLORA LUNA



CEU
*Universidad
Cardenal Herrera*

VALENCIA – ESPAÑA

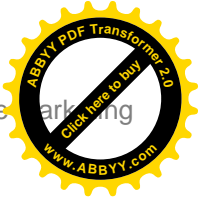
2011



CEU
*Universidad
Cardenal Herrera*

DEPARTAMENTO DE
**ECONOMÍA Y
EMPRESA**

Máster Universitario Dirección de Marketing



**CEU UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA
MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN DE MARKETING**

**“Estudio y Desarrollo de un Plan de Marketing, para los Posgrados
en Economía de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá -
Colombia)”**

Por: CAROLINA OTÁLORA LUNA

TUTOR

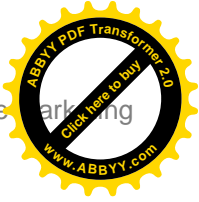
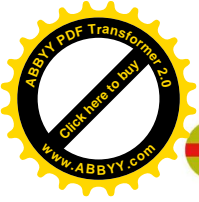
Profesor D. Francisco Suay Pérez



CEU
*Universidad
Cardenal Herrera*

VALENCIA – ESPAÑA

MAYO - 2011



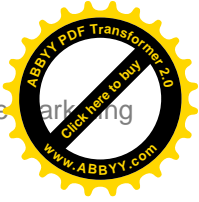
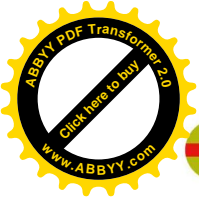
RESUMEN

El presente trabajo nace después de la experiencia de años de trabajo en los Posgrado en Economía, donde pude detectar que habían falencias importantes en el área de mercadeo de la misma. Este explora la situación actual, tanto académica como administrativa u operativa, del los posgrados en economía de la Universidad Javeriana y la situación actual de los posgrados en Colombia.

Se realiza una comparativa de la educación impartida en el país, frente algunos países latinoamericanos, pues son el primer referente y más cercano para lograr visualizar en qué situación de ventaja o desventaja se encuentra la educación superior en colombiana. Se analizan algunos rasgos del panorama académico nacional, y la situación de dichos programas frente a la competencia nacional, logrando identificar las mejores estrategias y tácticas para llegar al consumidor final indicado, logrando así, cumplir a cabalidad la misión y visión de la institución.

A la vez se indagan las mejores estrategias para la difusión, promoción y divulgación de los posgrados, logrando captar la atención de los estudiantes que realmente desean cursar algunos de los dos programas, la Especialización en Economía para no Economistas y la Maestría en Economía, con acciones específicas.

Por último, se espera que este sea de gran utilidad para los programas y que su aplicabilidad sea aceptada por las altas instancias de la Universidad Javeriana.



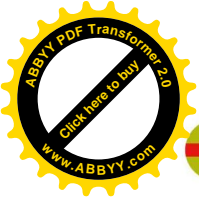
ABSTRACT

This project was initiated after years of working experience in the economics postgraduate degree area, where certain important fallacies were detected, particularly in the merchandising area. This project explores the current situation, academically, administratively and operatively, of said postgraduate degree in the 'Universidad Javeriana' of Bogota, Colombia and the general present situation of the postgraduate degrees in Colombia.

An assessment of the education in Colombia was executed, in comparison to some Latin-American countries, because of the fact that they are the closest points of reference to Colombia. In this manner we can visualize the advantages or disadvantages that exist in Colombia's higher education. Several of the domestic academic features are analyzed and the national proficiency in comparison to the current state of these programs and degrees is studied. In this way, the best strategies and tactics to reach the appropriate consumer so that the mission and vision of the institution can be achieved to its fullest extent.

At the same time, an inquiry for the best strategies for the dispersal, distribution and promotion of the postgraduate opportunities is performed in order to capture the attention of the students that are interested in applying to study either of the two degrees; the 'Economics Specialization for Non- Economists' and the 'Master of Economics'.

Finally, it is wished that this study is of great use to the programs and that it could be applied within the university and its function pragmatic as well as useful to the professors of Universidad Javeriana.



Contenido

1.	JUSTIFICACIÓN.....	6
2.	ANTECEDENTES	8
2.1.	EDUCACIÓN EN COLOMBIA.....	10
2.2.	POSGRADOS EN COLOMBIA VS POSGRADOS EN OTROS PAÍSES.....	19
2.3.	PUJ (PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA).....	27
2.4.	COMPETENCIA DE LOS POSGRADOS EN ECONOMÍA DE LA PUJ.....	40
3.	PLAN DE MARKETING.....	45
3.1.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	49
3.1.1.	Universidad.....	49
3.1.2.	Posgrados en Economía.....	51
3.2.	OBJETIVOS	54
3.3.	ESTRATEGÍA	55
3.3.1.	Desarrollo de Producto.....	56
3.3.2.	Promoción.....	63
3.4.	PLAN DE ACCIÓN.....	68
3.5.	PRESUPUESTO.....	74
3.6.	SISTEMA DE CONTROL	76
4.	FUENTES.....	78
5.	CONCLUSIONES.....	84
6.	BIBLIOGRAFIA	88
7.	ANEXOS	90