

EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN COMERCIAL EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DESDE LA PERSPECTIVA DEL DIRECTIVO DE LA INSTITUCIÓN Y EL ESTUDIANTE EN PROCESO DE ELECCIÓN DE UNA CARRERA PROFESIONAL.

Línea de profundización: Gestión y Marketing de Servicios
Grupo de Investigación Mercadeo I+2

Robert Fabio Ariza Ruiz

Asesor temático: Sandra Patricia Rojas Berrio, Ph.D.
Supervisor metodológico: Oscar Javier Robayo Pinzón M.Sc.

Junio de 2017

Resumen

El proyecto de vida académico de un adolescente empieza a construirse cuando su etapa de escolaridad en secundaria culmina, a partir de ese momento debe tomar una decisión de plena satisfacción al elegir una carrera profesional, que estudiará sus próximos 4 o 5 años y que posteriormente aplicará en su vida, es cuando empieza el reto del estudiante para escoger una Institución de Educación Superior para que esta le brinde garantías en su proceso de formación educativo de alta calidad. Esta investigación tuvo como fin evaluar a través de la percepción desde dos puntos de vista diferentes, si las buenas prácticas de gestión comercial hechas y divulgadas por las Instituciones de Educación Superior tienen relación con la elección de una carrera profesional. El método de investigación contó con una fase inicial de observación y recopilación de información para posteriormente diseñar una encuesta con preguntas espejo que se evaluó, una con los directores de mercadeo y de admisión de las instituciones y otra con los estudiantes de grado undécimo en proceso de elección de carrera profesional. Las encuestas arrojaron unos resultados que confirman por medio de las variables de consulta más relevantes, que el realizar buenas prácticas de gestión comercial en la institución cautiva a futuros estudiantes para que estos generen una admisión, ya que, al identificar atributos tangibles evaluados en esta medición como la Acreditación Institucional, son factores que suman en la elección universitaria del estudiante. Adicionalmente porque estos resultados muestran que es importante que el directivo de la institución debe implementar o reforzar las buenas prácticas de gestión comercial en el ámbito del reclutamiento de sus potenciales estudiantes.

Palabras clave: Gestión y Marketing de Servicios; Gestión Comercial; Instituciones de Educación Superior – IES, Estudiantes en proceso de elección de programa de pregrado, Directores de mercadeo y admisión, buenas practicas, actividades de reclutamiento