
 UNIVERSIDAD <b>ECCI</b>	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Investigación</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

## **GESTOR DE EXPERIENCIA ESTUDIANTIL E-LEARNING**

**LAURA DAHIANA CHAPARRO MORA**


**UNIVERSIDAD ECCI  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA: TECNOLOGIA EN MERCADEO Y DISEÑO PUBLICITARIO  
BOGOTÁ, D.C.  
AÑO 2016**

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001</b> <b>Versión:01</b>
	<b>Proceso:</b> Investigación	<b>Fecha de emisión:</b> 22-Nov-2009	<b>Fecha de versión:</b> 2-Nov-2016

**GESTOR DE EXPERIENCIA ESTUDIANTIL E-LEARNING**


**LAURA DAHIANA CHAPARRO MORA**

**UNIVERSIDAD ECCI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA TECNOLOGIA EN MERCADEO Y DISEÑO PUBLICITARIO**  
**BOGOTÁ D.C.**  
**AÑO 2016**

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Investigación</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

### Tabla de contenido

1.	TÍTULO DEL PLAN DE TRABAJO .....	4
2.	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO. ....	4
2.1.	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO .....	4
2.2.	NOMBRE DEL ÁREA DE IMPLEMENTACIÓN .....	4
3.	OBJETIVOS DE LA PASANTIA.....	5
3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	5
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
4.	JUS TIFICACIÓN Y DEL PORQUE SE NECESITA DESARROLLAR SU PLAN .....	6
4.1.	JUSTIFICACIÓN .....	6
4.2.	DELIMITACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	6
5.	MARCO HISTORICO EMPRESARIAL.....	6
5.1.	MARCO HISTORICO CONCEPTUAL ORDEN DEL DESARROLLO DEL PUESTO 6	
5.2.	MARCO LEGAL QUE NORMAS LO COBIJAN CONCEPTUAL.....	7
6.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.....	7
9.	FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.....	8
9.1	FUENTES PRIMARIAS .....	8

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001</b> <b>Versión:01</b>
	<b>Proceso:</b> Investigación	<b>Fecha de emisión:</b> 22-Nov-2009	<b>Fecha de versión:</b> 2-Nov-2016

## 1. TÍTULO DEL PLAN DE TRABAJO

### GESTOR DE EXPERIENCIA ESTUDIANTIL E-LEARNING

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.

Gestionar la experiencia estudiantil de todos los estudiantes a nivel Latinoamérica siendo un canal de comunicación entre profesor y estudiante.

Asistente de marketing encargada de la creación y movimiento de contenido digital, (SEO, SOCIAL MEDIA, ANALITICA WEB, EMAIL MARKETING) y atención al cliente, utilizando diferentes herramientas para poder obtener los objetivos planteados.

- CRM (zurmo)
- WordPress
- Google Analytics, Adwords
- Bussines.Facebook

### 2.1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Este Puesto ya estaba creado, se le adicionaron funciones (*Creación de contenido digital*), actualmente no cuenta con un manual de funciones, este cargo depende directamente del departamento de Marketing Dirigido por el Director de marketing


### 2.2. NOMBRE DEL ÁREA DE IMPLEMENTACIÓN

**Puesto de trabajo:** ASISTENTE DE MARKETING

**Area:** Customer Service

**Departamento:** MARKETING: Este departamento cuenta con un director de marketing un asistente SEO un asistente de creación de contenido y un gestor de experiencia estudiantil , este departamento se encarga del **INBOUND** de varias revista digitales que tenemos en la actualidad

- LaRevista.In
  - Deportes
  - Moda
  - Tecnología
  - Marketing
  - Entretenimiento
- Revista CIO
- Revista de Recursos Humanos
- Revista de Educación Virtual

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001</b> <b>Versión:01</b>
	<b>Proceso:</b> Investigación	<b>Fecha de emisión:</b> 22-Nov-2009	<b>Fecha de versión:</b> 2-Nov-2016

Algunas de estas revistas se encuentran en proceso de Indexación a Google News otras ya están indexadas, los asistentes de SEO Y creación de contenido se encargan de diferentes redes sociales para mantener una comunicación más cercana con nuestros lectores, determinado un punto donde se convierten en LEADS para nosotros y a si mismo poder ofrecer nuestro servicio.

El gestor de experiencia estudiantil se encarga de llevar todo el proceso y estadísticas de los estudiantes que entren a la plataforma a tomar sus cursos. Acompaña a los estudiantes durante todo el proceso con la plataforma. De E-learning

### **3. OBJETIVOS DE LA PASANTIA**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

El objetivo principal de la pasantía es demostrar a la empresa Disruptive Innovations mis conocimientos en mercadeo enfocada en el área digital y a la atención al cliente, logrando así fortalecer el canal de comunicación con los consumidores, prestando un servicio **POS** y **PRE** venta.

#### **OBJETIVO GENERAL = RESULTADOS**

En la actualidad la empresa no cuenta con una comunicación asertiva con sus clientes, de modo tal que muchos clientes no se han sentido satisfechos con el servicio ya que no tiene un acompañamiento directo de un funcionario de la empresa.


- Generar un acercamiento a los clientes de forma no intrusiva
- Brindar un servicio POS y PRE venta
- Acompañar al cliente durante todo el servicio que le presta la empresa

*(Nota: Estos objetivos se realizaran con ayuda de la herramienta CRM zurmo)*

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Generar nuevos canales de comunicación con estudiantes
- Establecer métricas medibles para gestionar comunicación estudiantil
- Buscar nuevas estrategias de posicionamiento Online (Facebook y Linkdein)
- Creación de contenido digital

***OBJETIVO ESPECIFICO + OBJETIVO ESPECIFICO = OBJETIVO GENERAL***  
***= RESULTADOS***

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Investigación</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

#### **4. JUSTIFICACIÓN Y DEL PORQUE SE NECESITA DESARROLLAR SU PLAN**

##### **4.1. JUSTIFICACIÓN**

Voy a desarrollar mi plan de gestor de experiencia estudiantil por que actualmente nadie esta pendiente de los estudiantes, nadie los esta acompañando durante todo el proceso, es por esto que voy a realizar un acompañamiento por diferentes medios (Chat de la plataforma, WhatsApp corporativo, llamada telefonica) para lograr un acercamiento mas profundo con ellos, con ayuda de CRM zurmo lograremos llevar un seguimiento de cada uno de los estudiantes. Lograremos generar una comunicación fresca y amigable con cada uno de los estudiantes teniendo en cuenta que en cada país el manejo de comunicación es diferentes.

##### **4.2. DELIMITACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**Co Fundador:** Horacio Reyes

**Director de marketin:** Daniel Hernandez

**Asistente SEO:** Mauricio Torres

**Asistente de INBOUND:** Daniel Duran

**Gestor de Experiencia estudiantil:** Laura Chaparro

**Eduvolución** es un ecosistema de educación en línea de última generación que simplifica el proceso de planeación, creación y operación de cursos en línea y permite masificar con calidad la educación al incluir estrategias y herramientas diseñadas para que ni docentes ni estudiantes requieran conocimientos tecnológicos para participar del ecosistema.


#### **5. MARCO HISTORICO EMPRESARIAL**

##### **5.1. MARCO HISTORICO CONCEPTUAL ORDEN DEL DESARROLLO DEL PUESTO**

Disruptive Innovations es una empresa enfocada en la implementación de soluciones disruptivas de educación para mercados emergentes.

En Disruptive Innovations estamos convencidos que: 1. El conocimiento es una de las herramientas más poderosas y dignas que tenemos los seres humanos para cambiar nuestra realidad, ya que empodera a cada individuo y genera transformación positiva para el mundo, y 2. La democratización de la educación es uno de los retos más relevantes de la actualidad.

Reunimos a personas enfocadas en diferentes áreas del conocimiento tales como tecnología, innovación, pedagogía, educación, creatividad, marketing y emprendimiento para que, combinando sus conocimientos, a través de soluciones tecnológicas, eliminemos las barreras que impiden que la educación sea realmente masiva, de calidad, personalizable y efectiva.

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Investigación</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

Disruptive innovation se encuentra ubicada a nivel Latinoamérica su oficina principal está en Cota Cundinamarca lleva 5 Años de fundada en el transcurso de este tiempo ha recibido numerosos premios y reconocimientos

- Nominado EdTech Global 2014,
- Finalista Premios Colombia en Línea 2013 categoría educación,
- Finalista Mundial de Innovación y Emprendimiento MassChallenge 2013,
- Finalista Ventures 2013 Categoría Educación y Cultura, Semifinalista BBVA Open Talent 2013,
- Ganadora #VivaTechnology Paris 2016, Premio **Publicis90**

## 5.2. MARCO LEGAL QUE NORMAS LO COBIJAN CONCEPTUAL

El sector en que labora la empresa es en E-learning y gestión y contenido digital

## 6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.

### a. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ASIGNADAS POR EL JEFE DE ÀREA

#### ✓ **Visita N°1:**

Se conocerán todas las herramientas que se van a utilizar en el proceso (CRM zurmo, google adwords, google ads, WordPres, chat corporativo etc)

Se realizara seguimiento a los 5.000 Estudiantes uno por uno para saber el progreso que llevan en la plataforma, se le entregara al jefe unas estadísticas semanales con avances de cada uno de los estudiantes (Por curso, por % de avance, llamadas realizadas, chats realizados)

#### ✓ **Visita N°2**


Se implementara un sistema de comunicación mucho mas cercano con los estudiantes, motivándolos a terminar sus cursos, gestionar proceso de ventas a nuevos cursos, creación de contenido digital (Revista Vía Salud)

#### ✓ **Visita N°3**

Se realiza proceso de ventas de nuevos cursos, impulsar ventas y SEO para nuevos cursos, acompañados de revistas digitales y estrategias Online de social media para posicionamiento en la web

## 7. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS

Este es un puesto de mucha dedicación, cumplimiento y empatía, se realizo un trabajo de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm entregando semanalmente estadísticas de progreso de estudiantes donde se realiza una reunión cada 15 días para hacer seguimiento y plantear mejoras para obtener

	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL</b>		<b>Código: IN-IN-001 Versión:01</b>
	<b>Proceso: Investigación</b>	<b>Fecha de emisión: 22-Nov-2009</b>	<b>Fecha de versión: 2-Nov-2016</b>

los objetivos planteados, se realiza un seguimiento semanal de las revistas para generar mas posicionamiento en la web con ayuda de diferentes herramientas, se aportaron muchas cosas buenas como: atención al cliente, manejo de social media NO INTRUSIVA esto se realizo con el acompañamiento de todas las personas del departamento.

## **8. LOGROS EFECTIVAMENTE ELABORADOS**

Se lograron activar a más 2.000 estudiantes a nivel Latinoamerica donde a cada uno se le apoyo y se le resolvieron dudas sobre: precio del curso, ingreso a la plataforma, recuperación de contraseña, problemas técnicos, se lanzo un curso de Finanzas donde se apoyo en proceso de venta, realización de webinar's, y apoyo con profesores.

Se realizó posicionamiento en la web de la revista Vía Salud, subiendo más de 200 artículos cada uno está posicionado en la web (SEO, social media)

## **9. FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN**

- <https://eduvolucion.com/index.html>
- <https://www.desk.com/>
- <https://es.wordpress.com>
- <http://viasalud.co/>
- <http://google.com.co/adwords/>
- <https://www.google.com/analytics/>
- <https://business.facebook.com/>
- <https://www.smartsupp.com/>
- <https://chat.eduvolucion.com/>

### **9.1 FUENTES PRIMARIAS**

- <https://eduvolucion.com/index.html>
- <https://www.desk.com/>
- <https://es.wordpress.com>
- <http://viasalud.co/>
- <http://google.com.co/adwords/>
- <https://www.google.com/analytics/>
- <https://business.facebook.com/>
- <https://www.smartsupp.com/>
- <https://chat.eduvolucion.com/>