



RESOLUCIÓN No. 71
(27 de octubre de 2020)

Por medio de la cual se escinde el área de Mercadeo del Departamento de Comunicaciones y se constituye como una oficina autónoma adscrita a la Rectoría de la Sede Principal de la Universidad Santo Tomás.

EL RECTOR GENERAL DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS,

en ejercicio de sus facultades, en especial las señaladas en el artículo 20 Estatuto Orgánico, y

CONSIDERANDO:

Que el Artículo 20 del Estatuto Orgánico de la Universidad Santo Tomás, establece que el Rector General es la autoridad ejecutiva en lo académico, administrativo y financiero de la Universidad, así como su Representante Legal.

Que el Departamento de Comunicaciones fue creado mediante Acuerdo No. 3 del 22 de febrero de 2001 del Consejo Superior de la Universidad Santo Tomás – USTA, sin ser una dependencia que haga parte del organigrama general de la USTA multicampus creada estatutariamente y es una unidad adscrita a la Rectoría General de acuerdo a lo establecido en la Resolución N° 18 del 19 de febrero de 2020.

Que el área de Mercadeo actualmente depende del Departamento de Comunicaciones, sin embargo, teniendo en cuenta que hoy más que nunca, la actividad de mercadeo ha adquirido tal importancia en el quehacer de la Universidad y que no solo impacta a los departamentos de admisiones y de comunicaciones, sino a toda la Institución, se hace necesario reconocerla como una oficina independiente.

Que la propuesta, de escisión del área de mercadeo, fue analizada por diferentes instancias administrativas y se encontró procedente y necesaria establecerla como una oficina independiente.

Que en merito de lo expuesto,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – Escindir el área de Mercadeo del Departamento de Comunicaciones de la USTA y constituir la como una Oficina independiente adscrita a la Rectoría de la Sede Principal, que trabajará en línea colaborativa con el Departamento Comunicaciones y con el Departamento de Admisiones, con un carácter transversal, tendiente a la generación de servicios para todas las áreas de la Universidad, principalmente en lo que tiene que ver con pauta publicitaria, endomarketing y gestión del cambio organizacional, así como gestión de bienes y servicios, precio y distribución.

Nit. 860.012.357-6

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ · PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





PARÁGRAFO: El equipo humano que actualmente hace parte del área de Mercadeo, hará parte de la Oficina de Mercadeo a partir de la fecha de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO. – La Oficina de Mercadeo contará con un coordinador, nombrado por el Rector General. Para ser Coordinador de la Oficina de Mercadeo se requiere tener título profesional universitario en mercadeo, publicidad, administración de empresas, economía e ingeniería industrial, con estudios culminados de posgrado (Especialización o Maestría) en mercadeo o afines y tener certificado del dominio de un segundo idioma extranjero.

ARTÍCULO TERCERO. Las funciones de la Oficina de Mercadeo, son entre otras que le son propias, las siguientes:

1. Gestionar, el plan de mercadeo de la Universidad, bajo la dirección del Rector.
2. Gestionar, tramitar, asesorar y apoyar los procesos de mercadeo de la Universidad, bajo la dirección del Rector.
3. Apoyar a las dependencias en el diseño y la promoción de programas académicos, aspirantes, plan de medios, estrategias digitales y marketing digital.
4. Apoyar a la totalidad de las dependencias de la Universidad, desarrollando los requerimientos de mercadeo y publicidad.
5. Promover y establecer estrategias que permitan a la sede principal, a las seccionales y sedes de la Universidad una mayor integración institucional y buenas prácticas en los procesos de publicidad y mercadeo.
6. Promover la creación de instrumentos y procedimientos para el estímulo y el desarrollo de herramientas de mercadeo y publicidad.
7. Consolidar una arquitectura institucional de publicidad basada en contenidos.
8. Fijar las directrices y controlar la operatividad eficiente y profesional del contac center de la Universidad, con el fin que sea una herramienta de mercadeo y publicidad adecuada para la institución.
9. Consolidar campañas de lovemark para todos los miembros de la comunidad tomasina con efectos al exterior de la misma.
10. Promover campañas de gestión del cambio organizacional, efectivas con real impacto en el quehacer institucional.
11. Realizar procesos de investigación de mercados con incidencia real en propuestas institucionales.
12. Adelantar procesos de innovación institucional.
13. Apoyar la promoción de los productos y servicios institucionales, generando propuestas de valor reconocidas al interior y exterior de la institución.

Nit. 860.012.357-6

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ · PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





14. Proponer un presupuesto anual para la consecución de sus objetivos y presentarlo a las instancias respectivas para el trámite correspondiente.
15. Presentar semestralmente al Rector General un informe escrito de la gestión.
16. Diseñar y ejecutar estrategias de Distribución y precio ajustadas al servicio educativo de la institución
17. Otras que le confíe el Rector de acuerdo con la naturaleza de la Oficina.

ARTÍCULO CUARTO: La presente resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

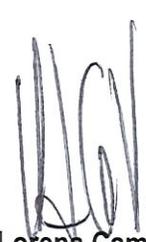
Expedida en Bogotá D.C., a los 27 días del mes de octubre de 2020.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

El Rector General,

La Secretaria General,


Fray José Gabriel MESA ANGULO, O.P.


Ingrid Lorena Campos Vargas