

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de pasantía está dirigido a la Secretaría de Educación Continua, de la Dirección de Posgrado, en el área de Marketing, el cual tiene como principal problema la carencia de nuevas estrategias de promoción que sean capaces de generar un mayor interés en los distintos profesionales postulantes, ya que ellos son los que se inscriben en los programas presenciales que son lanzados año tras año, es así que en la primera parte de este trabajo se realiza el planteamiento del problema y se delimitan los objetivos que se persigue en el tiempo que dure la pasantía para, posteriormente, dar una solución a dicho problema identificado.

Como segunda parte del trabajo, se desarrolló la situación actual de la institución, con el fin de determinar su entorno tanto interno como externo, ya que sirve de ayuda para tener una visión y un panorama más claro del funcionamiento del área de estudio.

En la tercera parte del actual trabajo, se realizó una investigación de Mercado que permitió identificar aquellos medios de comunicación, redes sociales, además de poder determinar el grado de preferencia y aceptación que los profesionales tienen con las nuevas estrategias de promoción sugeridas a la Secretaría de Educación Continua, obteniendo, gracias a ello, información valiosa en beneficio de la institución.

La cuarta parte de esta pasantía propone el descuento por pronto pago, ya que es la estrategia de promoción con mayor valor y aceptación transmitida por los profesionales o posgraduantes de este medió; no obstante, se pudo observar como segunda estrategia sugerida y con un valor considerable a tomar en cuenta, el descuento por volumen o grupos, el cual podría ser considerado en próximas o futuras gestiones si se requirieran de ellas.

En la última parte de este trabajo, se hacen denotar algunas conclusiones y recomendaciones que se fueron formando a lo largo de la memoria de experiencia profesional para posteriormente si es que se desea ponerlas en práctica.