

TEMAS DE INVESTIGACIÓN
LA FACULTAD DE MEDICINA
 SEGÚN EL ESTUDIO DE IMPACTO DE MEDIOS

Abstract

Marketing strategies for all academic programs contribute efficiently in the pursuing of proposed goals. Every single and developed strategy specifically aids the general purpose of the promoting and informing work areas; all this work leads to a 100% success. It is important to continue the present work, influencing employees about good customer service; being this approach a strong point applied in Universidad de Manizales. It is known that the media becomes an effective mean to reach the public, making it therefore necessary to reinforce the advertising work for all academic programs and the University's corporate image.

*33% of the students of this Medical School are from Manizales and its surroundings; 66% come from other states. It is interesting to highlight that students in the second percentage come from Armenia, 12%, Pereira, 8%, Ibagué, 4%, Bogotá, 2%, and Cali, 2%; all these cities have medical schools. Our Medical School was chosen by 32% of the students due to its academic level, and 15% for the effective employment of time throughout the whole degree plan. 61% of the students graded the University's image as "good" and 27% as "excellent", it is important to mention that a 49% reported that **the quality of the program is good**.*

*The fact that program has no official accreditation yet was not an obstacle for 84% of the students. 94% of them stated that this Medical Program will contribute positively in their employment activities. According to the adapting process to the Medical School, for 43% it has been excellent, and 60% defined it as good. 64% continue with high expectations to be accepted in this program. The biggest impact for the students, once in the Medical School, has been its good quality, the attention given to them, and the academic level was favorable for 12% of them. Although 65% reported that **the least pleasant factor** has been the space, classrooms and the location. 67% considered as excellent, the chosen program, and 40% eulogized it.*

DR. ÓSCAR TRUJILLO GÓMEZ *
 ERIKA GARCÍA VALENCIA**
 LUZ ADRIANA VARGAS**

Introducción

Con el fin de conocer el impacto de medios y el servicio que presta la Universidad a las personas inscritas en los programas académicos, se aplicaron encuestas, de las cuales se tomó una muestra representativa de 481 encuestados

que nos suministró la oficina de Registro Académico y que elaboró la oficina de Mercadeo Institucional, con la colaboración del ingeniero de sistemas César Cárdenas, quien nos diseñó un programa en Acces para la tabulación de la información y así poder analizar las diferentes variables que nos determinan la calidad en el servicio y la efectividad de los medios pautados, con el propósito de dar a conocer los programas académicos que ofrece la Universidad de Manizales.

Es de anotar que el número total de matriculados para el primer período académico de 2002 fue de 597 discriminados por facultades así:

* Asesor de Rectoría en Planeación.

** Asistentes, Oficina de Mercadeo Institucional.

ECONOMIA	6
MEDICINA	60
CONTADURIA PÚBLICA	
DIURNA	31
NOCTURNA	31
PSICOLOGIA	67
DERECHO	
DIURNA	55
NOCTURNA	53
EDUCACIÓN PREESCOLAR	16
EDUCACIÓN ESPECIAL	19
MERCADEO NACIONAL	
E INTERNACIONAL	53
COMUNICACIÓN SOCIAL	
Y PERIODISMO	45
TECNOLOGIA EN SISTEMAS	41
INGENIERIA DE SISTEMAS	
Y TELECOMUNICACIONES	
DIURNA	93
NOCTURNA	12
ADMINISTRACIÓN	
DE EMPRESAS	7

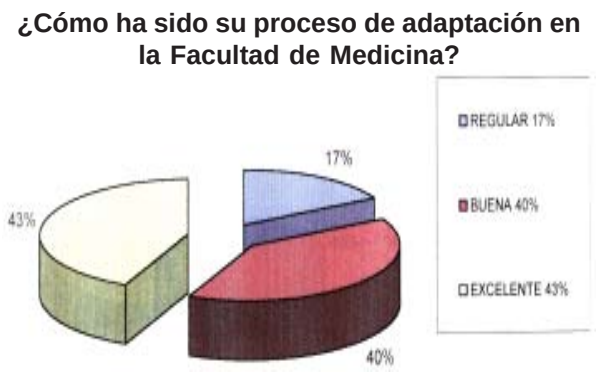
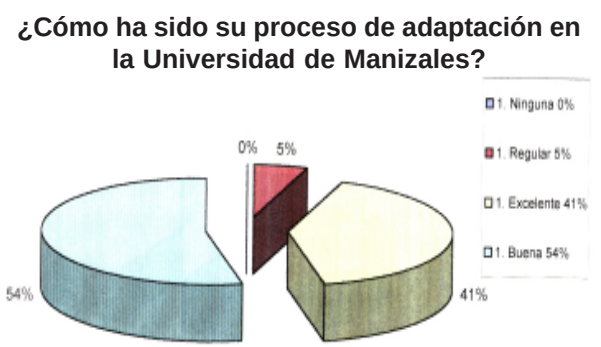
Estadísticas

1. El 33% de los estudiantes de la Facultad de Medicina son de Manizales y su zona de influencia, y el 66% corresponden a personas fuera del departamento, llamando la atención que la mayor procedencia son de Armenia 12%, de Pereira 8%, de Ibagué 4%, de Bogotá 2%, ciudades en las cuales existen otras Facultades de Medicina.
2. El 32% de los estudiantes decidió estudiar en nuestra Facultad por su nivel académico y el 15% porque no hay pérdida de tiempo.
3. Para el 61% de los encuestados calificó como **buena** la imagen de la Facultad y de excelente el 27%, resaltando además que el 49% anotó que la **calidad de sus programas es buena**.
4. Para el 84% no influyó que la Facultad no estuviese acreditada y el 94% que el programa a ejecutar en la Facultad le aportará positivamente en su desempeño laboral.
5. Considera el 43% que el proceso de adaptación a la Facultad ha sido excelente y el 60%

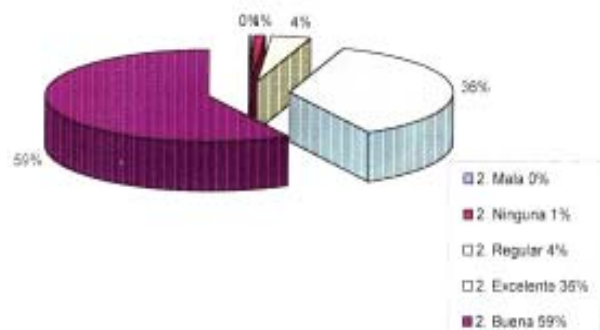
definió como buena la percepción que tenían de la misma. El 64% continua con las expectativas de ingreso a la Facultad.

6. Lo que más impacto al ingreso a la Facultad, ha sido su buena calidad, la atención recibida y su nivel académico fue favorable para el 12% de los encuestados. Sin embargo el 65% dice que lo **menos agradable** ha sido el espacio físico, las aulas y su ubicación.

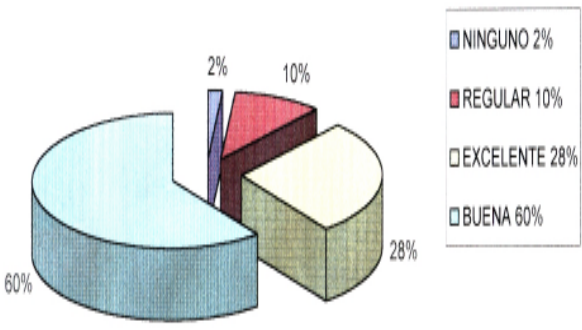
7. Finalmente el 67% conceptuó como excelente el programa seleccionado y el 40% elogió la calidad del mismo.



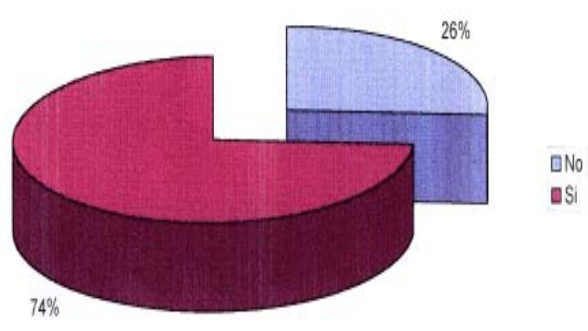
Luego de conocer la Universidad su percepción es... (Información general)



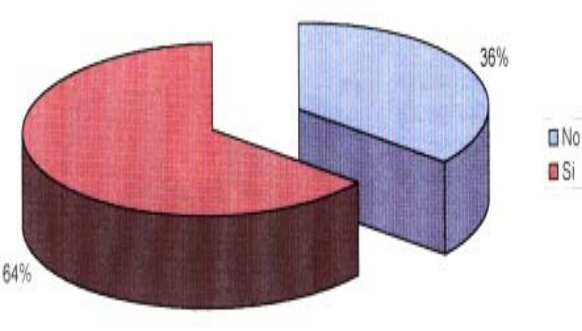
Luego de conocer la Universidad su percepción es... (Facultad de Medicina)



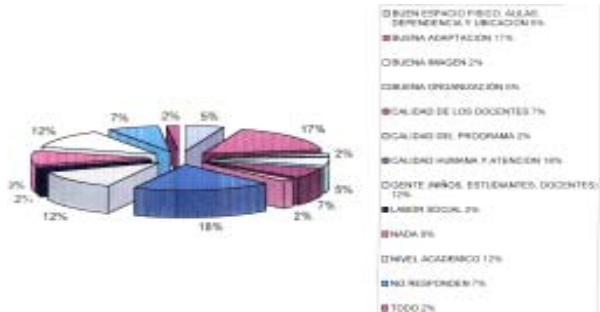
¿Continúa con las expectativas que tenía sobre la Universidad antes de ingresar?



¿Continúa con las expectativas que tenía sobre la Facultad de Medicina antes de ingresar?



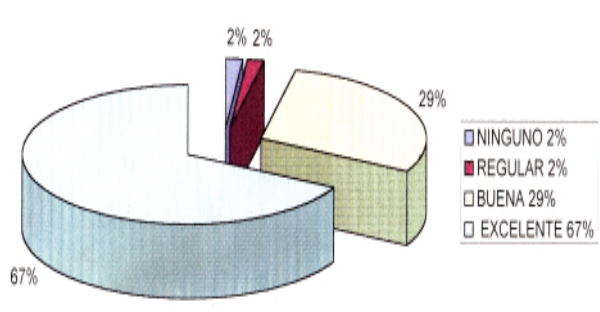
¿Qué es lo que mas le ha impactado de la Facultad de Medicina?



¿Qué es lo que menos le ha gustado de la Facultad de Medicina?



¿Hasta el momento cómo le ha parecido el programa de Medicina?



¿Hasta el momento cómo le ha parecido el programa de Medicina?

(Observaciones generales para los que respondieron la opción Excelente)

