



**“MODIFICAN EN PARTE EL CUADRO ORGÁNICO DE PUESTOS-COP, Y EL MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES-MOF DE LA OFICINA DE MARKETING, PROMOCIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO, EN LO QUE CORRESPONDE A LA DENOMINACIÓN DE 2 PUESTOS EN EL COP, ASÍ COMO LAS FUNCIONES Y EL PERFIL DE LOS MISMOS EN EL MOF”**

**RESOLUCIÓN N.º 505-CU-2023-UAC**

Cusco, 29 de noviembre de 2023

**EL CONSEJO UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO,**

**VISTO:**

El Oficio N.º 1426-2023/DIPLA-UAC de fecha 24 de noviembre de 2023 y anexos cursado por la Directora de Planificación y Desarrollo Universitario de la Universidad Andina del Cusco y,

**CONSIDERANDO:**

Que, la Universidad Andina del Cusco es una institución con personería jurídica de derecho privado sin fines de lucro destinada a impartir educación superior, se rige por la Ley Universitaria N.º 30220, su Estatuto propio y normas conexas que la gobiernan, en el marco de la Constitución Política del Perú.

Que, mediante Resolución N.º 476-CU-2017-UAC de fecha 30 de octubre de 2017, se aprobó el Manual de Organización y Funciones (MOF) y el Cuadro Orgánico de Puestos (COP) de la Universidad Andina del Cusco.

Que, mediante Resolución N.º 096-CU-2022-UAC de fecha 28 de febrero de 2022, se modificó en parte el Cuadro Orgánico de Puestos (COP) de la UAC, aprobado mediante Resolución N.º 476-CU-2017-UAC, entre otros en el extremo que corresponde a la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional.

Que, mediante Resolución N.º 254-CU-2022-UAC de fecha 16 de mayo de 2022, se modificó la Resolución N.º 096-CU-2022-UAC de fecha 28 de febrero de 2022, acto administrativo con el que se modifica en parte el Cuadro Orgánico de Puestos (COP) de la UAC, aprobado mediante Resolución N.º 476-CU-2017-UAC, en el extremo que corresponde al puesto de Especialista en Promoción de Ventas Offline, debiéndose retirar dicho puesto de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional, así mismo se modificó en parte el Manual de Organización y Funciones (MOF) de la UAC, aprobado mediante Resolución N.º 476-CU-2017-UAC de fecha 30 de octubre de 2017, en el extremo que corresponde al Manual de Organización y Funciones (MOF) de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional de la Universidad Andina del Cusco.

Que, mediante Resolución N.º 487-CU-2023-UAC de fecha 8 de noviembre de 2023, se creó el puesto de Analista de Marketing; por consiguiente, se incluyó en el COP de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional de la Universidad Andina del Cusco, el puesto de Analista de Marketing.

Que, mediante el documento del Visto, la Directora de Planificación y Desarrollo Universitario, señala que el Jefe de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional, solicita el cambio de las denominaciones de los puestos de Profesional Community Manager y Profesional Content Manager en el Cuadro Orgánico de Puesto-COP de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional de la Universidad Andina del Cusco, de la forma siguiente:



<b>DICE:</b>	<b>DEBE DECIR:</b>
Profesional Community Manager	Community Manager
Profesional Content Manager	Content Manager

Cambio que conlleva la modificación parcial del Manual de Organización y Funciones-MOF de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional, debiéndose, por tanto, modificar las Funciones y Perfil de dichos puestos, en mérito a dicha petición la Dirección de Planificación y Desarrollo Universitario, ha presentado la propuesta del Cuadro Orgánico de Puesto-COP y el Manual de Organización y Funciones (MOF) de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional, que contienen las modificaciones señaladas.

Que, el literal u) del artículo 20° del Estatuto Universitario señala como una de las atribuciones del Consejo Universitario: “Conocer y resolver todos los demás asuntos que no estén encomendados específicamente a otras autoridades”.

Que, en uso de sus atribuciones detallada en el artículo previamente detallado, el Consejo Universitario en pleno luego de tomar conocimiento de lo expuesto por la Directora de Planificación y Desarrollo Universitario, previa evaluación, ha dispuesto la modificación en parte del Cuadro Orgánico de Puestos-COP, y el Manual de Organización y Funciones-MOF de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional de la Universidad Andina del Cusco, en lo que corresponde a la denominación de los dos puestos en el COP, así como las funciones y el perfil de los citados puestos en el MOF, ello conforme la propuesta presentada por la Dirección de Planificación y Desarrollo Universitario.

Estando a lo acordado por el Consejo Universitario en sesión del 27 de noviembre de 2023 y, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 24° literal a) del Estatuto Universitario y la Ley Universitaria N.° 30220,

**RESUELVE:**

**PRIMERO.** - **MODIFICAR** en parte del Cuadro Orgánico de Puestos-COP de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional de la Universidad Andina del Cusco, en lo que corresponde a la denominación de los siguientes puestos:

<b>DICE:</b>	<b>DEBE DECIR:</b>
Profesional Community Manager	Community Manager
Profesional Content Manager	Content Manager

**SEGUNDO.** - **MODIFICAR** en parte en parte el Manual de Organización y Funciones-MOF de la Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional de la Universidad Andina del Cusco, en lo que corresponde a las funciones y el perfil de los puestos de: Community Manager y Content Manager; bajo el siguiente detalle:

**1. TÍTULO DEL PUESTO**

Community Manager

**2. AUTORIDAD Y DEPENDENCIA**

**2.1 DEPENDE DE:**

Jefe de Unidad de Marketing Digital

**2.2 SUPERVISA A:**

No ejerce supervisión

**3. PROPÓSITO PRINCIPAL DEL PUESTO**



Desarrollar las comunicaciones y campañas digitales de la universidad programadas, de acuerdo con el Plan de Márketing, con el fin de tener presencia en internet y las redes sociales, manteniendo relaciones estables y duraderas con los clientes o usuarios interesados de los servicios que presta la universidad; así como posicionar la marca a través de las redes sociales, para atraer la venta de los servicios

#### **4. FUNCIONES ESPECÍFICAS**

- a) Ejecutar las políticas, normas y procedimientos en el ámbito de su competencia.
- b) Participar en la elaboración del plan operativo y presupuesto de la Unidad.
- c) Diseñar y generar los formularios para recopilar información del segmento objetivo, para tener contacto con los clientes potenciales
- d) Diseñar campañas sobre servicios que ofrece la universidad en las redes sociales, de acuerdo con las estrategias de marketing digital.
- e) Efectuar la implementación, seguimiento y control de campañas en las distintas redes sociales.
- f) Efectuar el control y seguimiento operativo de las acciones establecidas, para el cumplimiento de los objetivos del Plan de Marketing Digital.
- g) Analizar y monitorear los resultados y el crecimiento de las redes sociales que administra la universidad.
- h) Proponer y desarrollar campañas digitales junto con el equipo marketing y de Ventas.
- i) Desarrollar, definir y proponer nuevas objetivos, canales y estrategias de contenido para mejorar la tasa de conversión de clientes.
- j) Monitorizar el posicionamiento de la marca y proteger la imagen institucional de la universidad.
- k) Elaborar el calendario con la programación de publicaciones, en las redes sociales.
- l) Participar en la implementación de estrategias de marketing digital
- m) Realizar análisis constante de las actividades que realizan, los principales competidores de la marca.
- n) Elaboración de reportes de performance de campañas y presentación al equipo comercial.
- o) Gestionar el contenido de las distintas redes sociales de la universidad.
- p) Humanizar la marca, ponerle rostro y ser la voz de la misma en las redes sociales de la Universidad.
- q) Desempeñar las demás funciones que le asigne el Jefe de la Unidad de Marketing Digital, en el ámbito de su competencia.

#### **5. PERFIL DEL PUESTO**

##### **5.1 ESTUDIOS:**

- Bachiller o técnico en Marketing, ciencias de la comunicación o carreras afines.
- Conocimiento especializado en Marketing Digital y/o dominio de la comunicación escrita y en el manejo avanzado de plataformas digitales: Facebook Ads, Google Ads, LinkedIn Ads y Tik Tok Ads.

##### **5.2 EXPERIENCIA:**

- Experiencia (02) dos años como Community Manager, en instituciones educativas de nivel superior de preferencia o en empresas de servicios de envergadura.



## **1. TÍTULO DEL PUESTO**

Content Manager

## **2. AUTORIDAD Y DEPENDENCIA**

### **2.1 DEPENDE DE:**

Jefe de Unidad de Marketing Digital

### **2.2 SUPERVISA A:**

No ejerce supervisión

## **3. PROPÓSITO PRINCIPAL DEL PUESTO**

Desarrollar los contenidos digitales para los servicios que brindan las unidades de negocios de la universidad, así como la creación y edición de contenidos de valor para el usuario a través de los canales digitales que administra la universidad.

## **4. FUNCIONES ESPECÍFICAS**

- a) Ejecutar las políticas, normas y procedimientos en el ámbito de su competencia.
- b) Participar en la elaboración del plan operativo y presupuesto de la Unidad.
- c) Diseñar y establecer estrategia corporativa de contenidos, de acuerdo con el briefing de cada unidad de negocio de la universidad.
- d) Coordinar la redacción de contenidos con el Community Manager
- e) Elaborar y proponer el plan de contenido digitales de las unidades de negocio, en base a la información y de las métricas digitales
- f) Elaborar y proponer el calendario o parrilla de publicaciones de contenidos por cada unidad de negocio, para organizar el desarrollo del trabajo.
- g) Desarrollar storytelling para generar engagement sobre la marca, servicios de las unidades de negocios de la universidad, a través de los diversos formatos y canales.
- h) Efectuar la redacción de contenidos de valor, teniendo en cuenta los lineamientos técnicos de posicionamiento orgánico y los buyer persona, de cada unidad de negocio.
- i) Verificar la calidad y publicar los contenidos desarrollados a través del sistema de gestión de contenidos a la página web de la universidad; de acuerdo con la programación de publicaciones de contenidos establecida.
- j) Coordinar y adecuar los contenidos desarrollados y publicados en base a la información y métrica proporcionada por el Community Manager.
- k) Desempeñar las demás funciones afines que le asigne el Jefe de Unidad de Marketing Digital, en el ámbito de su competencia.

## **5. PERFIL DEL PUESTO**

### **5.1 ESTUDIOS:**

- Bachiller o Técnico en Marketing, ciencias de la comunicación o carreras afines.
- Especialización en producción de contenido (Fotográfico y Audiovisual), conocimiento de herramientas de gestión de contenidos, manejo de herramientas del tipo Adobe Suite y manejo avanzado de plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn o Tiktok.

### **5.2 EXPERIENCIA:**

- Experiencia de dos (02) años generando ideas y desarrollo de marketing de contenidos especializados, para las diferentes plataformas digitales.



**TERCERO.- ENCOMENDAR** a las dependencias académicas y administrativas universitarias pertinentes, adoptar las acciones complementarias convenientes para el cumplimiento de los fines de la presente Resolución.

**Comuníquese, regístrese y archívese.** - - - - -

DYBG/MACQ//SG/kibm

DISTRIBUCIÓN:

- V.R. AD/ACAD/INV.
- RR.HH y dependencias
- DIPLA
- Oficina de Marketing, Promoción e Imagen Institucional
- Oficinas Adms.
- D.A y dependencias
- Interesados
- Archivo.