

---

## Bibliografía

- AENOR. (2018). UNE 166006 Gestión de la I+D+i: Sistema de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva. Obtenido de [https://www.mendeley.com/catalogue/116aa862-d55f-358c-bcad-118077850369/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Bdb2ad4b5-4775-41c5-b6d4-b07e5f2aff6d%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/116aa862-d55f-358c-bcad-118077850369/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bdb2ad4b5-4775-41c5-b6d4-b07e5f2aff6d%7D)
- Aguirre, J., Castrillón, F., & Arango, B. (2019). Tendencias emergentes de los posgrados en el Mundo. *Revista Espacios*, 40(31), 9-31.
- AMA. (2016). *Definitions of Marketing*. Obtenido de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Aparicio, J. (2018). ¿Quién es un desarrollador front-end? Obtenido de <https://www.juansaparicio.com/blog/quien-es-un-desarrollador-front-end/>
- ARWU. (2019). *Ranking Shanghai*. Obtenido de <http://www.shanghai-ranking.com/arwu2019.html>
- Asociación Española de Normalización y Certificación. (2006). Gestión de la I+D+i: Terminología y definiciones de las actividades de I+D+i CORRESPONDENCIA. 1-12. Madrid. Obtenido de <http://planmaestroinv.udistrital.edu.co/docu->

mentos/PMICI-UD/Documentos PMICI-UD/I+D+i/UNE  
1660

- Barbu, A. (2012). Analysis of mercadeo tools and activities within educational services organizations, in order to increase their efficiency. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 1106-1111.
- Bedoya, I., Escobar, J., & Herrera, J. (2016). Herramienta práctica de vigilancia tecnológica para una Institución de Educación Superior IES. *5 Congreso Internacional de Gestión Tecnológica y de Innovación*. Bucaramanga. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Jhon\\_Escobar4/publication/314927840\\_herramienta\\_practica\\_de\\_vigilancia\\_tecnologica\\_para\\_una\\_institucion\\_de\\_educacion\\_superior\\_ies/links/58c73f0b92851cd9c14db456/herramienta-practica-de-vigilancia-tecnologica-para-una-i](https://www.researchgate.net/profile/Jhon_Escobar4/publication/314927840_herramienta_practica_de_vigilancia_tecnologica_para_una_institucion_de_educacion_superior_ies/links/58c73f0b92851cd9c14db456/herramienta-practica-de-vigilancia-tecnologica-para-una-i)
- Bevins, F., Bryant, J., Krishnan, C., & Law, J. (2020). *Coronavirus: How should*. McKinsey & Company. Obtenido de <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/coronavirus-how-should-us-higher-education-plan-for-an-uncertain-future#>
- BID. (2019). *El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/trabajo-y-pensiones/el-futuro-del-trabajo-en-america-latina-y-el-caribe>
- Caetano, G. (2003). *Marketing en los servicios de educación: modelos de percepción de calidad*. Madrid.
- Cobra, M. (2001). *Marketing de Servicios. Estrategias para turismo, salud y comunicación*.

- DANE. (2018). Boletín técnico. Gran encuesta integrada de hogares (GEIH)-Fuerza laboral y educación 2017. Bogotá: DANE.
- Dávila, M. (2012). Tendencias internacionales en posgrados. *Integración y conocimiento*, 1. Obtenido de file:///C:/Users/Diana/Downloads/5630-Texto del artículo-16586-1-10-20131021.pdf
- Di Tommaso, G. (2005). *CRM en la Universidad Católica del Uruguay. Estudio de caso en profundidad*. Obtenido de eBusinessforum.com:página del Economist Intelligence Unit.
- Doña, L., & Luque, T. (2017). Relación entre marketing y universidad. Revisión teórica y propuesta de un modelo teórico y de marketing 3.0. *Revista de Estudios Empresariales*(2). doi:<https://doi.org/10.17561/ree.v0i1.3189>
- Duarte, R., & Jaime, W. (2020). La educación superior en Colombia: retos y perspectivas en el siglo XXI (Primera ed.). Editorial UD.
- Eafit, U. (Dirección). (2020). *El Futuro del Trabajo: ¿Qué se viene y como prepararnos?* [Película]. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=HvwFBqBcfHw&ab\\_channel=canalenvivo.co](https://www.youtube.com/watch?v=HvwFBqBcfHw&ab_channel=canalenvivo.co)
- El empleo. (2018). *El empleo*. Obtenido de Informe tendencias laborales segundo trimestre 2018: [https://cmsresources.eempleo.com/sites/default/files/adjuntos/informe\\_de\\_tendencias\\_de\\_eempleo.com\\_-\\_julio\\_2018.pdf](https://cmsresources.eempleo.com/sites/default/files/adjuntos/informe_de_tendencias_de_eempleo.com_-_julio_2018.pdf)
- Erazo, A., & Huertas, D. (2019). Seguimiento a graduados de educación superior 2017. *Observatorio Laboral para la Educación*, 20.

- Escarre, R. (2009). *Casos prácticos para la gestión de la internacionalización en universidades*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/322276933\\_Casos\\_practicos\\_para\\_la\\_gestion\\_de\\_la\\_internacionalizacion\\_en\\_universidades](https://www.researchgate.net/publication/322276933_Casos_practicos_para_la_gestion_de_la_internacionalizacion_en_universidades)
- Espinel, Á., Martín, V., & Vega, A. (2012). Diseño de un sistema para la vigilancia tecnológica de aplicación múltiple, con el fin de medir la brecha tecnológica en las empresas colombianas. Obtenido de [https://www.iiis.org/CDs2012/CD2012IMC/CICIC\\_2012/PapersPdf/CB477IK.pdf](https://www.iiis.org/CDs2012/CD2012IMC/CICIC_2012/PapersPdf/CB477IK.pdf)
- Gajic, J. (2012). Importance of mercadeo mix in higher education institutions. *Singidunum Journal Of Applied Sciences*.
- Gibbs, P., & Knapp, M. (2017). *Marketing Higher and Further Education: An Educator's Guide to Promoting Courses, Departments and Institutions* (Primera ed.). Routledge.
- Giordano, R. (abril de 2016). *Competencias y perfil del ingeniero Iberoamericano, formación de profesores y desarrollo tecnológico e innovación ASIBEI*. Recuperado el 25 de abril de 2020, de ACOFI: <https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2016/06/Libro-Competencias-perfil-del-ingeniero.pdf>
- Graham, H., Saunders, J., & Piercy, N. (1998). *Marketing Strategy and Competitive Positioning* (Segunda ed.). (P. H. Europe, Ed.) Obtenido de [https://books.google.com.co/books/about/Marketing\\_Strategy\\_and\\_Competitive\\_Posit.html?id=2B-90QgAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.co/books/about/Marketing_Strategy_and_Competitive_Posit.html?id=2B-90QgAACAAJ&redir_esc=y)

- Hayes, T. (2007). Delphi study of the future of marketing of Higher Education”, *Journal of Business Research*. *Journal of Business Research*, 60(9), 927-931. doi:10.1016/j.jbusres.2006.12.009
- Iwanti.com. (2016). *Iwanti.com*. Obtenido de <https://iwantic.com/que-es-un-devops-engineer/>
- Kotler, P. (1985). *Fundamentos de mercadotecnia*. EE.UU: Editorial Prentice Hall. Sexta edición.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*. Person Prentice Hall.
- LinkedIn. (04 de 06 de 2018). *Informe de análisis de trabajos en reclutador-Resumen*. Obtenido de <https://business.linkedin.com/talent-solutions/recruiting-tips/33-most-recruited-jobs-in-2018#>
- Maloney, E., & Kim, J. (8 de abril de 2020). *The Pandemic and the Turn to Learning*. Obtenido de <https://www.insidehighered.com/digital-learning/blogs/learning-innovation/pandemic-and-turn-learning>
- Manes, J. (2004). *Marketing para instituciones educativas: Guía para planificar la captación y retención de alumnos*. Buenos Aires: Granica.
- Masachusetts Institute of Technology. (2020). *Innovation*. Obtenido de <http://www.mit.edu/innovation/>
- MEN. (marzo de 2017). *Boletín de Educación Superior en cifras*. Recuperado el 24 de abril de 2020, de Mineducación: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356609\\_recurso.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-356609_recurso.pdf)

- Mihm, S. (4 de abril de 2020). *Coronavirus Pushes Higher Education to the Brink*. Obtenido de Bloomberg Opinion: <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2020-04-04/coronavirus-u-s-colleges-and-universities-reach-breaking-point>
- Ministerio de Educación Nacional Observatorio Laboral para la Educación. (2016). *Vinculación Laboral General*. Obtenido de <http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/ibcestimado-por-programa>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (octubre de 2019). *Boletín Trimestral de las TIC Cifras Segundo Trimestre de 2019*. Recuperado el 25 de abril de 2020, de Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones: [https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-103108\\_archivo\\_pdf.pdf](https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-103108_archivo_pdf.pdf)
- Montenegro, I., & Cabezas, M. (2013). Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva : Una Contribución al Desarrollo de Regiones o Territorios Inteligentes. 1-11. Obtenido de [congreso2013.ricyt.org/files/mesas/2eHerramientasPol/SalasMoraRuiz.pdf](http://congreso2013.ricyt.org/files/mesas/2eHerramientasPol/SalasMoraRuiz.pdf)
- Naranjo, C. (2011). Marketing educativo; desarrollo de una estrategia C.E.M, aplicado a la Universidad nacional de Colombia sede Manizales como base para la fidelización de clientes y complemento a la estrategia de C.R.M. *Tesis presentada como requisito parcial para optar el título de Magister en Administración*. Manizales, Colombia.
- Núñez, V. (2017). *Marketing educativo: cómo comunicar la propuesta de valor de nuestro centro*. (SM, Ed.) España: Ediciones SM . Obtenido de <https://books.google.com.co/>

books/about/Marketing\_educativo\_c%C3%B3mo\_comunicar\_la\_p.html?id=XPh4tAEACAAJ&redir\_esc=y

Observatorio Laboral para la Educación Ministerio de Educación Nacional. (2019). *Seguimiento a graduados de educación superior 2019*.

OLE. (2016). Boletín Educación Superior en Cifras. Bogotá: MINEDUCACIÓN.

OLE. (2017). *Observatorio Laboral para la Educación*. Obtenido de <http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/vinculacion-laboral1>

Ortegón, F. (4 de octubre de 2019). Así se mueve el mercado posgradual en Colombia . *El Colombiano*, pág. 1.

Ospina, C., & Gómez, M. (2014). Modelo de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva en Grupos de Investigación de las Universidades de la Ciudad de Manizales. *Tesis de maestría: Universidad Autónoma de Manizales*. Manizales, Colombia. Obtenido de [http://167.249.43.80/jspui/bitstream/11182/52/1/Mode\\_Vigilan\\_Tecnoló\\_Inteli\\_Competi\\_Grupos\\_Investi\\_Universi\\_Manizales.pdf](http://167.249.43.80/jspui/bitstream/11182/52/1/Mode_Vigilan_Tecnoló_Inteli_Competi_Grupos_Investi_Universi_Manizales.pdf)

Petrella, C. (2008). Gestión de la relación de las universidades con docentes, estudiantes y egresados. *Revista Iberoamericana de Educación*, 47(5), 1-14. doi:<https://doi.org/10.35362/rie4752267>

Post-Sapines. (2019). *Sapiens Research*. Obtenido de <https://www.srg.com.co/postsapiens.php>

- Prieto, R., Burgos, C., García, J., & Rincón, Y. (2016). Mercadeo interno para optimizar la calidad de. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 104.
- QS TOP MBA. (2019). *Business School Ranking*. Obtenido de <https://www.topmba.com/mba-rankings/global/2019>
- QS World University Rankings. (2019). *World University Rankings*. Obtenido de <https://www.topuniversities.com/university-rankings/latin-american-university-rankings/2019>
- Quintero, A. (19 de junio de 2017). *Curso de Vigilancia Tecnológica*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/AndrsFelipeQuinteroZ/curso-de-vigilancia-tecnologica>
- Ranking Sapiens 2019. (junio de 2019). Obtenido de [www.srg.com.co/usapiens.php](http://www.srg.com.co/usapiens.php)
- Robin, J., Hadad, R., Quiroga, C., & Rasgido, S. (2013). Vigilancia Tecnológica: directriz para el éxito organizacional Descripción y contribuciones de una disciplina orientada a la eficiencia de las organizaciones de base tecnológica. *Ciencia y Tecnología*, 13, 109-116. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-VigilanciaTecnologicaDirectrizParaElExitoOrganizac-4843855.pdf>
- Ross, M., Grace, D., & Shao, W. (2012). Come on higher ed ... get with the programme! A study of market orientation in international student recruitment. *Educational Review*, 65(2), 1-22. doi:10.1080/00131911.2012.659656
- Salcedo, M., Londoño, J., & Hernández, I. (2017). Tendencias de formación posgradual y áreas de investigación en Administración de Empresas. Estudio comparativo en América. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*.

- Saldaña, J. (1999). Mercadotecnia para instituciones educativas. (U. A. México, Ed.) *Revista Contaduría y Administración*.
- Sanz, D., Crissien, T., García, J., & Patiño, M. (2016). Marketing educativo como estrategia de negocio en universidades. *Desarrollo Gerencial*, 160-175.
- Sapiens Research. (2019). *Ranking post-sapiens 2019*. Obtenido de <https://www.srg.com.co/postsapiens.php>
- Semana. (5 de junio de 2017). *Colombia necesita más ingenieros ambientales*. Recuperado el 25 de abril de 2020, de Semana: <https://www.semana.com/educacion/articulo/Ingeniería-ambiental-en-colombia-colombia-necesita-mas-ingenieros-ambientales/524274>
- SINIDEL. (2018). *Boletín saber que decidir*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/educacion/boletin-sinidel>
- Sistema Nacional de Información de la Educación Superior*. (junio de 2019). Obtenido de <https://www.mineduccion.gov.co/sistemasinfo/Informacion-Institucional/211868:Que-es-el-SNIES>
- SNIES. (2019). *Programas académicos*. Obtenido de Sistema Nacional de Información de la Educación Superior: <https://www.mineduccion.gov.co/sistemasinfo/snies/>
- Stachowski, C. A. (2011). *Educational Marketing: A Review and Implications for Supporting Practice in Tertiary Education*” (No. 2 ed., Vol. 39). Educational Management Administration & Leadership.

- UNESCO. (1998). *Declaración mundial sobre la educación en el siglo XXI: Visión y Acción*. IESALC. Obtenido de <https://www.iesalc.unesco.org/ess/index.php/ess3/issue/view/21/21>
- Vega, L. (2013). La educación en Ingeniería en el contexto global: propuesta para la formación de ingenieros en el primer cuarto del Siglo XXI. *Ingeniería Investigación y Tecnología*, 14(2), 177-190.
- Webometrics. (2019). *Ranking Web de Universidades*. Obtenido de <https://www.webometrics.info/es>
- Ynzunza, C., Izar, J., Larios, M., Aguilar, F., & Bocarando, J. (2017). El Entorno de la Industria 4.0: Implicaciones y Perspectivas Futuras. *Conciencia Tecnológica*, 33-45.