



JORGE CABRALES

Coordinador de Mercadeo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Externado de Colombia

Comunicador Social Periodista, con énfasis en periodismo y opinión pública. Más de nueve años de experiencia generando valor en áreas de comunicación corporativa, mercadeo y medios de comunicación, creando y ejecutando planes de comunicación y marketing digital y redes sociales, generación de leads, coordinación de pauta ATL y BTL, dirección de equipos de trabajo y ejecución de presupuestos. Y asesoría en el manejo de medios de comunicación.

MARKETING EDUCATIVO: LA EDUCACIÓN ORIENTADA AL MERCADO.

Los objetivos de la educación superior, entendidos como producción y transmisión de conocimiento como un bien social, han sido remplazados por el énfasis en la producción de conocimiento como un bien del mercado; es decir, un producto susceptible de ser comercializado. Asimismo, durante las últimas décadas, las universidades han operado dentro de una forma de organización corporativa, donde ha existido una dinámica pluralista que opera dentro de esta forma que ahora se está desintegrando a medida que surge el mercado de las universidades. También manifiesta que la producción de conocimiento ha sido sometida a un proceso de cambio, caracterizado por un fenómeno que podría nombrarse como la privatización del contexto social, en el que el mercado comienza a predominar, y el conocimiento que se produce dentro de un contexto de mercado se convierte en mercancía que puede ser comprada y vendida.