

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA  
CENTRO DE INVESTIGACIONES**

**RESUMEN ANALÍTICO**

- A. TIPO DE DOCUMENTACIÓN** : Manual del Usuario
- B. TIPO DE IMPRESIÓN** : Procesador de texto
- C. NIVEL DE CIRCULACIÓN** : Biblioteca de la Universidad  
Cooperativa de Colombia
- 2. TITULO** : Sistema de Marketing  
Avanzado Versión 2
- 3. AUTORES** : Luís Fernando Castellanos  
José Mauricio Patiño S.
- 4. PUBLICACIÓN** : Bucaramanga, Universidad  
Cooperativa de Colombia  
2006, 39 Paginas
- 5. UNIDAD PATROCINANTE** : Recursos Propios
- 6. TEMAS RELACIONADOS** : Programación de Modems,  
Funciones TAPI, Call  
Center
- 6.1. PALABRAS CLAVES** : Programación de Modems,

Funciones TAPI, Call  
Center Estadísticas  
Telefónicas

**7. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:** Esta 2ª versión del sistema SISMARK, fue elaborada por alumnos de Décimo semestre de Ingeniería de Sistemas aplicado al área de mercadeo en el sector del calzado.

**8. FUENTES:** Base de datos de SISMARK, Programación de Modems, Internet.

## **9. CONTENIDOS**

**9.1 JUSTIFICACIÓN:** Nos encontramos en una nueva era de la información, la sociedad del conocimiento. Esta área de la información se caracteriza por estar formando una sociedad que se mueve en torno a la ciencia y la tecnología, en donde la información y el conocimiento, están jugando el papel protagónico en cualquier actividad que el ser humano lleve a cabo.

Desde el momento de la creación de ciertas tecnologías hechas por el hombre, han mejorado sustancialmente su perspectiva de evolución y para ser más exacto, desde 1875 cuando el inventor *Alexander Graham Bell*, construyó el primer prototipo de teléfono, aquel instrumento de comunicación que acortó las distancias, entrelazó las familias, ayudó de manera incalculable al progreso de personas, sociedades y países en general. Es claro Observar que las sociedades del mundo actual requieren información en tiempo real, para tomar decisiones que puedan mejorar su capacidad para reaccionar a diferentes sucesos y hacerlas más eficientes, de estos hechos parte nuestra necesidad de diseñar un producto que permita a las sociedades naturales, jurídicas y gubernamentales, tener la capacidad de obtener información estadística

sobre diversos temas, a su vez poder tabular y obtener los resultados en menor tiempo y con menor riesgo de errores que una encuesta normal. En caso particular el **SISMARK**, que cuenta con información de una gran diversidad de empresas santandereanas, y que requiere controlar la veracidad de los datos mediante estadísticas y qué mejor que aquellas realizadas vía telefónica, reduciendo significativamente recursos tales como tiempo, dinero, personal, papelería, etcétera, aumentando la productividad.