

SERIE

ORIGINAL

UDES

CAPITULO



Cargando...



SERIE

ORIGINAL

Segmentados

Boletín Investigativo / M&P

¿Qué es el boletín?

Segmentados, es un boletín realizado por los estudiantes de Mercadeo & Publicidad de diferentes semestres. Contiene información sobre los acontecimientos que surgen en la carrera, como el desarrollo de la investigación realizada por el grupo de semilleros del programa.

Este boletín profundiza en los trabajos investigativos realizados por docentes y estudiantes de la carrera, llevando más allá del aula todos los conocimientos adquiridos, para aplicarlos en acontecimientos reales. Consolidando así al programa de una forma más fuerte, dando una muestra y ejemplo a la región de las capacidades de los estudiantes UDES, frente a empresarios y de entidades de investigación.

Rectora Universidad de Santander UDES
Cúcuta
Carmen Elisa Araque Pérez

Coodinadora Mercadeo y Publicidad
Ing, Amanda Becerra

Directora del boletín
Edna Margarita Malagon Arenas

Material Interno Boletín
Diseño De Páginas

Amaya Tamayo Mayra Alexandra
Garavito Parada Carlos Eduardo
Lazaro Basto Alana Lucia
Perozo Villamil Nathaly Eddy
Peña Rolon Maria Camila
Rozo Cuberos Gabriela Lucia
Acevedo Alvarez Diego Fernando

Estudia Mercadeo y Publicidad



Universidad de Santander

Parsonería Jur. 310 de 1203/96 Min.Educación

VIGILADA MINEDUCACIÓN

UDES

Oficina de Mercadeo Institucional Avenida 4 Esquina Calle 10 N Urbanización El Bosque - Edificio Administrativo – Primer Piso

Horario de Atención : 8:00 - 11:30 am y 2:00 - 7:00 pm

PBX 57-7-5791008 Extensión 222 Teléfono: 57-7-5791008 Ext: 107

mercadeoinstitucional@cucuta.udes.edu.co

DOCENTES
INVESTIGADORES

JOSÉ CÁCERES

En este artículo contaremos las investigaciones que se han realizado a través del profe Cáceres y claro un poco de él como persona y profesional; que como muchos de ustedes saben y conocen se identifica por ser una persona colaborativa, integra, que le gusta enseñar lo que sabe y lo que le apasiona. En sus clases siempre pendiente de sus estudiantes cómo evolucionan en el trabajo y en como pueda ayudarlos y aportarles de sus conocimientos.

El profe Cáceres es una persona que le gusta indagar y estar siempre a la vanguardia con los temas actuales de mercadeo e investigaciones que pueda hacer y claro artículos.

Actualmente está en un proyecto que trata de; un modelo de diagnóstico para medir la competitividad y sostenibilidad de las tiendas de barrio del área metropolitana de Cúcuta, junto a la docente Omaira Mendoza y Ender Barrientos.

Otra investigación terminada este semestre fue; el Diseño de un modelo de diagnóstico para medir la competitividad de empresas de calzado y manufacturas de cuero de Cúcuta, en alianza con la asociación

Y para los que no saben el profe Cáceres estuvo en la ciudad de Bogotá muy recientemente y no de paseo precisamente... presento una ponencia en la Universidad Javeriana en el evento Simposio de Sostenibilidad, el título de la ponencia fue "Gestión del Empresariado Bajo Indicadores Claves" y eso fue exactamente el pasado 11 de octubre.

La ponencia fué seleccionada por la Javeriana concediéndome el honor de presentarla en el evento y con el chance de escribir un artículo científico para la revista de la Universidad Cuadernos de Administración de Scopus.

Teniendo como beneficio mayor visibilidad para la UDES y el Programa de Mercadeo y Publicidad, contribuyendo con la propuesta a promover la utilización de indicadores y evaluar el aporte del medio empresarial en la gerencia del posconflicto.

A nivel personal el honor de haber representado a su querida Universidad UDES en tan prestigiosa Universidad Javeriana, de lo cual esta muy agradecido.



OMAIRA MENDOZA

Omaira Mendoza Ferreira una docente del área de mercadeo de la universidad de Santander campus Cúcuta, reconocida por su alegría contagiadora y lo apasionada con su trabajo y profesión. Lleva laborando en la universidad más de 23 años obtuvo el reconocimiento como una de las mejores docentes.

Forma parte del grupo de docentes investigadores de la universidad trabajando en proyectos como coinvestigadora durante el 2018 tales como:

“EFECTOS ECONÓMICOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA CALIDAD DEL GRANO DE CAFÉ EN E MUNICIPIO DE TOLEDO, DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER” realizando actividades como reuniones con el presidente de ALSABER para muestreo, reuniones con productores de café y visitas a fincas de la zona cafetera. Teniendo como fecha de inicio el de 05 de febrero del presente año con fecha de terminación el 29 de enero del 2019.

Otro proyecto en el que se contribuyo con el diseño para participar en la “Convocatoria Interna Focalizada de Proyectos de Investigación y Desarrollo Tecnológico 2018-2019” es en “IMPLICACIONES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN CALIDAD DE LAS ALMENDRAS DE CACAO EN LOS DEPARTAMENTOS DE ARAUCA Y NORTE DE SANTANDER”.

También hace parte del proyecto de investigación de DISEÑO DE UN MODELO DE DIAGNOSTICO PARA EVALUAR LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL AREA METROPOLITANA DE CÚCUTA de José Cáceres como investigador principal.

Respecto a la redacción de artículos publicas en revistas indexadas la docente esta trabajando en los siguientes:

1.

“Impacto del consumo de los venezolanos en el comercio de la ciudad de Cúcuta”. Basado en el estudio de casos bajo la desmovilización de venezolanos.

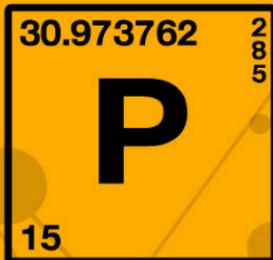
2.

“Evaluación del impacto del cambio climático en la agricultura en Norte de Santander Colombia” este articulo se finalizo y se hizo su respectiva traducción a ingles, que va ser publicada por la revista Journal Science Physcics IOP.

3.

“Identificación de factores críticos de las variables de mercadeo y publicidad que inciden en la formulación de los planes de mejoramiento” en este articulo es investigadora principal y se encuentra en proceso de búsqueda de revista para su publicación.





Pasantías

Hector Parra

¿De acuerdo al conocimiento adquirido en la carrera de mercadeo y publicidad, cree usted que estos han servido de base durante la realización de sus pasantías?

Bueno, yo creo que la mayoría de los conocimientos e podido adquirir en la universidad, han sido de utilidad claramente, en cierto punto de mis practicas, hubo algún momento en el que no sabía que hacer, o no sabía cómo solucionar alguna situación, o no sabía sobre algún tema, pero si indiscutiblemente los conocimientos de la universidad me mantuvieron a flote durante mis prácticas.

¿Que lo motivo a usted a realizar pasantías y no proyecto de grado?

Bueno más allá de no presentar el proyecto de grado me motivo principalmente las pasantias, en buscar la manera de crear una red de trabajo con personas especializadas en el tema; siendo una empresa con trayectoria y reconocimiento a nivel nacional.

¿Qué funciones desempeñaba en la empresa donde realiza sus pasantías?

Indiscutiblemente en estos 6 meses que tuve de practica en BURSON, aprendí cosas que no hubiese obtenido en la carrera, no me refiero a que los profesores de pronto no nos dan los conocimientos que son o nos dictan cosas equivocadas, sino me refiero a que son situaciones que solamente se presentan en el ambiente laboral, este tipo de aprendizajes son de tipo en el que me sirvieron y me van ayudar en la vida profesional.



Arriesgate y Aprende

¿Cree usted que la formación que ha recibido en la empresa donde realiza sus pasantías, es de gran ayuda para su desarrollo como profesional?

Bueno, inicialmente se hizo en el área de marketing, trabajando para BURSON como tal, siendo la propia empresa mi cliente por lo cual yo me encargaba de hacer monitoreo y de ayudar en la consecución de nuevos negocios; también hacia algunos apoyos a mis amigos, jefes en otros proyectos que estuviesen andando. También laboré en el área de marca y consumo donde tuve la oportunidad de hacer relaciones públicas, gestión con influenciadores y redacción de documentos como comunicados de prensa y organización de nuevos negocios. Bueno básicamente mis pasantias eran realcionadas a comunicaciones en medios masivos , redes y social media.

Diego Moreno

¿De acuerdo al conocimiento adquirido en la carrera de mercadeo y publicidad, cree usted que estos han servido de base durante la realización de sus pasantías?

Totalmente yo creo que las bases que nos dio la universidad y que nos sigue dando eh... son bases increíbles, muchas veces nosotros como que realmente desaprovechamos las oportunidades o los conocimientos que nos pueden dar algunos profesores y los vemos de pronto muchas veces como superficiales cuando realmente están siendo muy profundos, realmente invito a todas las personas que se tomen el tiempo de estudiar a cada profesor y cada una de las cosas que ellos nos enseñan porque cuando uno está estudiando como que ve las cosas como que de pronto muy superficial y no se da cuenta del conocimiento que se nos está dando y de la profundidad de estos mismos conocimientos.

¿Que lo motivo a usted a realizar pasantías y no proyecto de grado?

Bueno lo que me motivo a mí a pasantías y no proyecto de grado, es que realmente quería un nuevo reto en mi vida, sentía que haciendo proyecto de vida pues así fuese meritorio o no fuese meritorio, como que era algo que se quedaba en la universidad y no tenía proyección, entonces haciendo pasantía pensé que podía tener una mayor proyección en mi carrera, en mi profesión y en mis relaciones interpersonales, creo que el net working en estos momentos, es algo que todos deberíamos hacer y parece que haciendo proyecto de grado me hubiese enfrascado solamente en algo de la universidad dejando por fuera todo lo que el mercado laboral podía ofrecerme, más que un salario, más que un trabajo, net working es conectar con personas que realmente podemos tener alguna conexión o alguna proyección, realmente por eso y el reto de hacer algo diferente y que pudiera ayudarme en mi carrera profesional y comenzar en el mercado laboral pues desde un buen lugar.

¿Cree usted que la formación que ha recibido en la empresa donde realiza sus pasantías, es de gran ayuda para su desarrollo como profesional?

Totalmente, yo ahorita estoy laborando en los hoteles FOUR SEASONS, en el área de marketing y relaciones públicas y el conocimiento que he adquirido hasta el momento ha sido espectacular, se ve como desde un punto local, podemos trabajar globalmente, los hoteles FOUR SEASONS es una marca de lujo que se encuentran alrededor del mundo, tanto hoteles como resource, entonces el pensamiento es mucho más global, la identidad de marca es mucho más global, las relaciones publicas, el marketing, todo es realmente pensando no solamente en Bogotá y Colombia sino también en todo el resto de países, entonces realmente me abre la mente a no quedar pensando solamente en Bogotá y Colombia, sino también en el mundo entero, que es lo que deberíamos estar pensando todos, no solamente debemos limitarnos en la ciudad donde estamos, y ver solamente el mercado y marketing que podemos hacer acá sino globalmente.

¿Qué funciones desempeña en la empresa donde realiza sus pasantías?

Yo en la empresa, me desempeño en el área de marketing y relaciones públicas, ahí lo que hago es realizar y dejar preparado todo para visitas de prensa, revisar propuestas para alianzas, también colaborando en fotografía y videos, más por iniciativa propia que por el cargo en el que estoy, porque vi una necesidad de crear contenido de calidad para la marca, como que eh estado trabajando en ello también.



Emprendedor y Piloso

EL CASO DEL:

SEMILLERO DE INVESTIGACION EL QUE SE ROBARA SU ATENCION

Semillero de Investigación "Exploradores" del Grupo 'CIMA' del Programa Académico MERCADEO y PUBLICIDAD, de la Universidad de Santander campus Cúcuta. Con el deseo de querer aportar desde el perfil de Mercadólogos y Publicistas, con el medio ambiente, y partiendo del antecedente que se desconoce la cultura y las prácticas medio ambientales de los jóvenes universitarios en sus respectivos hogares y claustros académicos, respecto al uso de las 5R (reutilizar, reducir, reparar, reciclar y regular). Se hace necesario delimitar el conocimiento, las acciones o métodos que aplican, como soporte al diseño de estrategias de comunicación que conlleven a sensibilizar y culturizar la población objeto en las prácticas medioambientales.

Por el momento el Semillero de Investigación se encuentra realizando tres proyectos de investigación con diferentes objetivos pero con un mismo concepto, EL MEDIO AMBIENTE.

SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN

A continuación se detallarán uno a uno los proyectos de investigación:

1

IDENTIFICACION DE LAS PRACTICAS MEDIO AMBIENTALES DE LOS JOVENES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE CUCUTA

OBJETIVO GENERAL

Efectuar una investigación a los jóvenes universitarios de la ciudad de Cúcuta para detectar el uso y conocimiento de las prácticas medioambientales con miras a la culturización y sensibilización marketing ambiental.

FASE 1

- Identificar el grado de conocimiento con respecto a las prácticas medio ambientales que utilizan los jóvenes universitarios en la ciudad de Cúcuta.
- Precisar las prácticas medioambientales que emplean los estudiantes en su vida diaria.

FASE 2

Efectuar una campaña publicitaria para sensibilizar y orientar en el manejo correcto de los recursos ambientales.

Integrantes Semillero de Investigación
Semestre B-2018 junto a su tutora
Profesora Omaira Mendoza



2

INVESTIGACIÓN DE ALTERNATIVAS PARA EMPAQUES ECO-AMIGABLES MEDIANTE EL USO DE PAPEL SEMILLA PERTINENTES PARA LA CIUDAD DE CÚCUTA

INTRODUCCIÓN

Situados en la investigación de modelos de logística inversa, sumado con el impacto que desde el marketing y la publicidad se pueda generar, se propone investigar y explorar ideas que permitan impulsar el desarrollo de nuevos empaques, que contribuyan con el medio ambiente, identificando prototipos basados en antecedentes mundiales del uso de papel reciclado, fusionándolo con semillas previamente seleccionadas que sean pertinentes con la región, con los productos y que cumplan con los propósitos que a partir de las diferentes variables requeridas por los empaques, contribuyan con la retribución de los recursos naturales según el mismo ecosistema que los provee.

OBJETIVO GENERAL

Identificar tipos de papel semilla para la adaptación y elaboración de empaques eco-amigables pertinentes con los productos y las características de la región.

3

Diagnóstico y Diseño de Un plan promocional que vincule y active los semilleros de investigación de la universidad de Santander campus cúcuta.

INTRODUCCIÓN

El primer paso realizar el diagnóstico basado en un análisis de las situaciones que conlleven a precisar las actividades realizadas actualmente por los grupos de semilleros de investigación de la Universidad de Santander campus Cúcuta, posterior a esto realizar el análisis de las falencias u oportunidades que conlleven a plantear el problema y la definición de objetivos, acción seguida se identifican diversas alternativas de solución para concretar un modelo de plan de social media alineado con los parámetros de un plan promocional contemplados en los planes de comunicación establecidos en los principios de las relaciones públicas para poder así concluir este proceso investigativo, ofreciendo recomendaciones a quien lo desee implementar.

OBJETIVO GENERAL

Realizar el Diseño de un plan promocional de social media con el propósito de ser implementado para que la comunidad académica se informe y vinculen a los semilleros de investigación de la Universidad de Santander Campus Cúcuta.

SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN



NUESTROS CAMPEONES
UDES



**Universidad
de Santander**

Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación
VIGILADA MINEDUCACIÓN

UDES

**INSCRIPCIONES
ABIERTAS - 2019**

SERIE

ORIGINAL



**Universidad
de Santander**
UDES

Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación
Resolución No. 6216 - 22/12/05 Min.Educación

