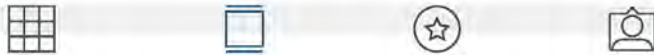


Segmentados

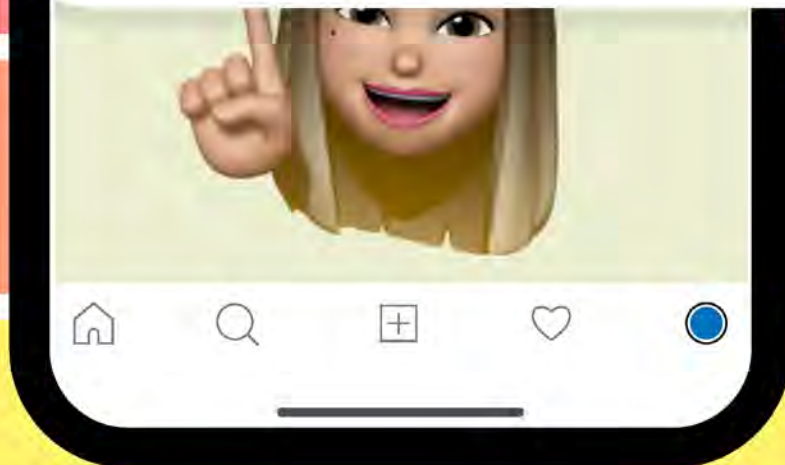
— Boletín Investigativo —



EMOJIZADOS



**Codificando
emociones**



Segmentados

Boletín Investigativo

¿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.

EMOJIZADOS



Codificando emociones



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

Silvia Juliana Vera Rincon
David Enrique Rosal Luna
Ligia Vanessa Rodriguez Aristizabal
Yorgelis Victoria Rangel Montoya
Orianna Fabrizia Lottici Galviz
Paula Camila Hernandez Orjuela
Angie Jasbleidy Baron Camargo
Cristina Isabel Alba DeAvila
Ana Maria Acevedo Guerrero

No te desespere,
muchas veces las mejores decisiones,
tan solo SE ESCRIBEN...



UDES
Cúcuta



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

Formando Líderes con visión global.

INVESTIGADORES



1. ¿Profesora patricia podría darnos una introducción acerca de su carrera en la investigación?

Como tal yo en investigación solo he realizado aportes en la parte de tutoría y dirección de trabajo de grado, generalmente estos trabajos tienen mucho de investigación y tiene una estructura que está relacionada a lo que es un proyecto de investigación, tiene muchos conceptos lo que es la parte metodológica ya que generalmente el estudiante de mercadeo y publicidad hace investigación para su vida profesional ya que en el proyecto de grado tiene mucho de esa estructura. Entonces esta fue como mi inducción en lo que he estado haciendo en todos estos semestres, apoyándolos, guiándolos, y eso es lo que he estado haciendo realmente lo he realizado más proyectos de investigación he tratado de vincularme, pero siempre es un poquito complejo y tiene su proceso.

2. ¿Cuál fue el primer proyecto con que inicio esta labor?

Fue un proyecto que apoye precisamente a un estudiante que resulto ser también compañero de trabajo en el periódico La Opinión, el estaba terminando ya sus materias solo le quedaba hacer su proyecto y fue como esa primera dirección de trabajo de grado que tuve y también ese acercamiento a la investigación. El proyecto se trataba sobre la separata mundo infantil que tiene el periódico La Opinión son dedicadas a los niños que salen todos los sábados y la idea era hacer estrategias promocionales para impulsar este producto del periódico.

3. ¿Hay alguno de sus proyectos que le traiga buenos recuerdos?

Como tal no todos han sido proyectos míos de investigación, pero de todo siempre tengo algo porque uno como director de proyecto quiere lógicamente que es trabajo quede muy bien realizado entonces yo siempre me vinculo bastante, les colabore en buscar antecedentes, en buscar referentes, en buscar información novedosa y que realmente le pueda aportar hacer un trabajo un poquito diferente. Y ahora haciendo un poquito de memoria el año pasado hice un proyecto como resultado de un diplomado que se denominó transformación digital y tenía mucho de marketing digital entonces juntos con los estudiantes que hicieron parte de este diplomado se hizo un trabajo donde la investigación fue parte fundamental, se hicieron unas encuestas, se buscaron referentes, se buscaron proyectos que anteriormente estaban relacionados con el tema que estábamos laborando que era la transformación digital que no es tan nuevo pero que de alguna manera se ha impulsado de los últimos años para acá entonces es algo novedoso y ese fue el proyecto.

4. ¿Qué tan viable son los proyectos de investigación como optativa de grado para los estudiantes de mercadeo y publicidad?

Yo siempre le digo a los estudiantes que así opten por otra modalidad de proyecto o de trabajo de grado de igual manera van a terminar haciendo investigación porque en todo se requiere investigación para cualquier cosa, por ejemplo, si usted va a hacer el diseño de una pieza grafica tiene que investigar, investigar la empresa, investigar la línea gráfica, investigar antecedentes, etc...

siempre tiene que haber investigación ya se algo muy sencillo como algo complejo. Ahora si lo ven desde otro punto de vista ahorita en Colombia están pagando muy bien a los profesionales que se dediquen precisamente a esta labor. Hay algo que se llama Minciencias y tiene como categorías de investigadores y hay estudiantes que se han venido vinculando a proyectos y los cuales terminan recibiendo una remuneración bastante jugosa por realizar este tipo de actividades entonces es bastante viable e interesante, se aprende mucho y se conoce mucho, es la base de cualquier estrategia que ustedes vayan a realizar como profesionales en Mercadeo y Publicidad. Como complemento a lo anterior quiero decir que si el estudiante opta por hacer una práctica de igual manera tiene que hacer un documento que recopile todo lo que hizo en la práctica y en ese documento van a ver investigación.

5. ¿Actualmente en este semestre 2022 que proyectos de investigación sé que encuentra apoyando?

Estoy apoyando el proyecto de grado de los estudiantes Valentina Aristizábal y Diego Kogson que están realizando la sistematización de un evento cultural apoyado en la materia campaña publicitaria entonces ellos están realizando todo lo que fue el evento desde la parte previa al evento como tal, la ejecución, la promoción y finalmente la evaluación del evento que esa es la parte investigativa entonces tuvieron que hacer entrevistas, encuestas y sondeos para mirar cómo les fue en el evento, si les gusto o no les gusto, que cosas hay que mejorar y todo lo relacionado con ese tema.



6. ¿Tiene algún tema que desee desarrollar o proponer para investigar en la institución?

Precisamente creo que otro docente si lo van a entrevistar les va a contar un poquito más, estamos haciendo la propuesta de un proyecto de investigación que tiene que ver con la memética y tiene que ver con los memes entonces la idea es hacer una investigación exhaustiva de esta nueva disciplina se puede decir bueno no es tan nueva pero como se ha vinculado con el mercadeo y la publicidad en donde ya prácticamente se ha convertido en algo diario que utilizamos los memes como una forma para expresarnos, para hacernos sentir...para muchas cosas y lógicamente las marcas también han sabido aprovechar estos recursos, siempre las marcas están atentas a lo que las personas hacen, lo que las personas dicen, inclusive se han convertido en fuentes de inside para aprovecharlos en diferentes estrategias y campañas publicitarias, entonces esa es como la propuesta del proyecto esperamos que podamos empezar a desarrollarla con el profesor modesto y juntos con otros profesores en este gran proyecto de investigación para el otro semestre.

En la investigación es incluso más importante el proceso que el logro mismo!



1. ¿Cuénteme un poco acerca de usted, donde nació, cuantos años tiene, etc.?

R/ Soy venezolano, nací en un pequeño pueblo de pescadores, a orillas del lago de Maracaibo, llamado el Cañito, ese lago recibe el agua de los ríos del departamento Norte de Santander, por tanto, hemos estado unido por las -aguas-, en el hato de mi abuelo materno, allí pasé los primeros 9 años de mi vida, posteriormente mi madre decidió irnos a la ciudad de Maracaibo, dado que mis hermanos mayores iniciaban el bachillerato y posteriormente la universidad, soy el quinto hijo de seis hermanos. Tengo sesenta y cuatro años, casado, con tres hijos y cuatros nietos.

2. ¿Cuál ha sido su formación académica?

R/ Mi formación académica, soy Técnico en Petróleo, Economista, Máster en Gerencias de Empresas, Mención Gerencia de Mercadeo, Máster en Economía, Mención Macroeconomía y Políticas Económicas, Doctor en Ciencias Humanas y Curso de Posdoctoral en Ciencias Sociales, mención Gerencia. Además de cursos en el área de la docencia y en áreas especializadas, soy facilitador de seminarios para empresas internacionales.

3. ¿Qué experiencia laboral tiene?

R/ Tengo 32 años de experiencia en el área de docencia-universitaria en pregrado y posgrado, planeación con énfasis en formulación y evaluación de proyectos, investigaciones de Mercadeo, investigaciones científicas. Soy Investigador Senior por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de Colombia en las tres últimas convocatorias que he participado, tengo más de 50 artículos publicados en revistas indexadas nacionales e internacionales, y soy autor o coautor de mas de 15 libros. Además de mi rol de tutor en proyectos de investigación en pregrado, especialización, maestría y programas doctorales.



Pantone
Naranja



4. ¿Cuál es el papel que va a jugar en la universidad?

R/ En la Universidad de Santander, sede Cúcuta y en especial en el programa de Mercadeo y Publicidad propiciaré la investigación, con la finalidad de desarrollar investigación aplicada en Mercadeo y Publicidad que impacte favorablemente la formación investigativa de la comunidad académica y estudiantil. Me apasiona la docencia e investigar desde muy temprana edad, y trato de mostrar que la epistemología, los paradigmas y metodologías del Mercadeo y Publicidad generan conocimiento con ética del compromiso y respeto de la vida en sus distintas manifestaciones.



MODESTO GRATEROL

15-1164TCX
Bright Marigold

**“TODO ES POSIBLE,
SOLO HAY QUE SEGUIR SOÑANDO.
PERO TRABAJAR PARA ELLO”**

5. ¿Cómo va a ayudar en el área de investigación a los profesoras y estudiantes?

R/ Mi propósito es formar una comunidad docente-estudiantes que conozcan los caminos de la epistemología, paradigmas y metodología propias de la Ciencia del Mercadeo y Publicidad, los debates actuales de las Ciencias Sociales y como generar conocimiento. Investigar es una tarea sencilla, solo que quizás algunos investigadores se han encargado de confundir el camino y por eso tanta confusión. Es por ello, que me propongo a mostrar desde lo simple, la complejidad de la investigación.

6. ¿Cuál es su objetivo para trabajar en el área de investigación de mercadeo y publicidad?

R/ Mi objetivo es iniciar con la formulación de un macroproyecto de investigación y extensión, que propicie la formación de jóvenes investigadores, proyecto de grado y prácticas profesionales, demás del cuerpo docente, que además de generar publicaciones e impactar nuestro entorno local y departamental, fomente la investigación como una actividad fundamental para apoyar a la docencia y las competencias de los estudiantes en el mercado de trabajo. Lo anterior visibilizará a la comunidad del Programa de Mercadeo y Ventas en su participación con el entorno organizacional. La idea es demostrar que la investigación es una función universitaria al alcance de todos, y con bondad y compromiso mostrar el camino orientador a la comunidad del programa.

7. ¿Qué papel desempeña en la carrera de mercadeo y publicidad?

R/ Actualmente soy docente en Investigación de Mercados e Investigación Cualitativa y en estas 6 semanas e inicie con entusiasmo para formar a los estudiantes en estas áreas fundamentales de nuestro ejercicio profesional, deseo continuar en el área de investigación, para coadyuvar a la formación de la competencia investigativa y disipar las dudas y los mitos, que en torno a la investigación has obstaculizado la enseñanza de la investigación en el ámbito de la educación. Es una herramienta poderosa para la incorporación de los estudiantes en las organizaciones y contribuir al desarrollo y bienestar de la sociedad.

10. ¿Qué aspectos quiere mejor o incorporar al área de investigación?

R/ Deseo mejorar el conocimiento de los pasos del Método Científico y de la Investigación Cualitativa, incorporar la rigurosidad epistemológica de las investigaciones en Mercadeo y Publicidad y finalmente fortalecer las competencias del PEP del programa en lo que se refiere a la competencia de investigación en el currículo actual.

PASANTÍAS





PASANTIAS
Camila Cardenas
F7ABBA



**Camila,
cuéntanos un
poco acerca de ti**

Mi nombre es María Camila, tengo 23 años, soy piscis y voy en noveno semestre.

Mi carrera como creativa ha empezado desde muy chiquita, me encantaba dibujar con crayola, utilizar la plastilina y pintar con temperas. Siempre me "rebuscaba" a través de la creación. Luego de un par de semestres en la carrera, al rededor del 2019 empecé a hacer trabajos pequeños de diseño para empresas y emprendimientos, mas tarde me arriesgué en una oportunidad en redes sociales como community manager detodera (es decir, que hace de todo) y es a lo que actualmente me dedico junto con uno que otro trabajo de identidad visual.



**¿Como hiciste
para estar en
este proceso?**

A través de LinkedIn, luego realicé el proceso con una de sus reclutadoras.



**¿Que es lo más
extraño que te ha
sucedido durante las
prácticas?**

Pues la verdad no mucho, mis practicas son remotas y como veníamos de una modalidad virtual ha sido algo normal, sin embargo, es curioso poder tener compañeros de trabajo que están alrededor del país como Medellín, Barranquilla, o fuera de él como Argentina, Costa rica, etc.



**¿En donde estas
realizando tus
prácticas?**

La empresa se llama Kyndryl, es una multinacional la cual se dedica a servicios de cloud, infraestructura tecnológica, soporte, seguridad en la red y demás.



**¿Que ha sido lo mas
significativo que has
aprendido durante tus
prácticas?**

La importancia de la planificación y la organización del tiempo. Como estudiantes y dentro de un trabajo es supremamente importante asignar un tiempo a cada tarea que te dan, anotar todo, poner fechas límites personales. Si hablamos en términos de aprendizaje profesional, considero que la autonomía en los proyectos y responsabilidades que te dan y el conocimiento del mercado al que te diriges, en mi caso la empresa es B2B y es un mundo distinto al que normalmente nos enseñan, ya que es dirigirse a empresas, contactar entre gente que conoce lo que hace, así que ha sido genial aprender la organización de la gestión de marketing desde ese punto de vista.

kyndryl™



PANTONE
Pomegranate

Si tuvieras que darle alguna recomendación a los estudiantes de mercadeo y publicidad al momento de realizar sus prácticas ¿Cual sería?

Varias, no soy la persona con mayor experiencia, pero esto es lo que les puedo compartir de la mía:

Antes de realizar sus prácticas:

1. Trabajen en sus portafolios. Como creativos el portafolio hace parte de nuestras hojas de vida para las empresas, hagan que este deje ver su identidad, va a ser su sello en sus trabajos (guarden sus mejores trabajos de la u para colocarlos ahí)
2. LinkedIn. Supremamente necesario hoy día como profesionales, tener mínimo un perfil, llenarlo y realizar conexiones.
3. Realizar sus hojas de vida. Es verdad que muchos la tienen, pero es importante tenerla bien, con los requerimientos que normalmente los reclutadores miran, fíjense en la ortografía.

En las prácticas:

Observen mucho, pregunten, y aprendan así se equivoquen, las empresas saben que ustedes son estudiantes, así que es la oportunidad de poder captar toda la información que puedan antes graduarse.



PANTONE
Lychees

Que tipo de perfil buscan para realizar prácticas en organizaciones de este tipo, es decir ¿Que habilidades y destrezas se deben tener?

Considero que ganas de aprender, mucha seguridad y compromiso con tu trabajo y la mejor actitud.



PANTONE
Pink Macaron

¿Has aplicado los conceptos vistos a lo largo de tu formación en tu proceso de prácticas?

Sí, como lo mencioné anteriormente, la segmentación del mercado, también la gestión de la identidad corporativa, la logística en la preparación de eventos, entre otros.



MI EXPERIENCIA HA SIDO



¿Qué metas tienes luego de conseguir tu título como Mercadólogo y Publicista?

Primero, sacar el mayor provecho y conocimiento de estas practicas que estoy llevando a cabo en la empresa, aportando a ella todo lo que he aprendido a lo largo de mi carrera. Empezar a trabajar en lo que me gusta hacer y poder mas adelante fundar mi empresa en el mercado.



¿En qué empresa estás realizando tus prácticas?

Actualmente estoy realizando mis pasantías en la empresa pausterizadora La mejor S. A. Dedicada a la fabricación y comercialización de productos lácteos.



¿Ves un futuro dentro de la empresa?

Realmente tengo 1 mes realizando mis practicas trabajando dentro de La mejor, aun me falta bastante por conocer de ella, si me gustaría quedarme para poder ayudar en todas las falencias que tienen como empresa. A parte la empresa en nuestra ciudad tiene reconocimiento, cosa que puede jugarle en contra o a favor por la fuerte competencia. Entonces se vuelve casi un reto para mi.



¿Qué tal ha sido tu experiencia?

Hasta el momento ha sido buena, he investigado mucho sobre la empresa, ya tengo claro lo que puedo hacer por ella tanto en puntos de venta, como toda la parte digital, Branding y demás.



¿Consideras que el cargo que te dieron es el indicado?

Sí, ya que me desenvuelvo muy bien en toda la parte creativa, gtrhsiento que a La mejor le hace falta un excelente Branding ... no para vender, si no para posicionar e innovar su marca al lado de la competencia.



¿Qué les recomiendas a los estudiantes que piensan hacer pasantías?

Desde mi experiencia recomiendo a los estudiantes que aporten toda su creatividad y versatilidad en la empresa que les corresponda, así dejamos en alto el nombre de la Universidad tanto profesores como estudiantes y hasta la misma empresa quedarán satisfechos por los logros que se obtengan.



PASANTÍAS
SHELGY COLMENARES

PROYECTO DE GRADO



ANASTASIA HIDALGO



PANTONE®



4. ¿Cual es el nombre del proyecto?

"Análisis de la oferta de los programas de Mercado y publicidad en el ámbito nacional e internacional"

PANTONE®



PANTONE®



1. ¿Quién es Anastasia Hidalgo?

Anastasia es una mujer cucuteña trabajadora y responsable. Entró a la universidad en el año 2017b y está a un paso de culminar su carrera profesional, mercadeo y publicidad.

Le apasiona hacer las cosas, en lo posible perfectas, lo que la ha llevado a estar becada desde los principios en el campus Cúcuta.

Es amorosa y cariñosa, aunque como toda cucuteña, con carácter y liderazgo.

PANTONE®



5. ¿De qué trata el proyecto?

Es básicamente un análisis comparativo entre las universidades seleccionadas para ser investigadas y así, crear el paralelismo con la Universidad de Santander. Observar posibles mejoras y a su vez criterios distintivos con las demás. Cabe resaltar que es únicamente aquellas que cuentan con "Mercadeo y publicidad" como carrera profesional, no independientes ni separadas.

PANTONE®



2. ¿Qué semestre cursa actualmente?

Décimo semestre

PANTONE®



6. ¿Cuales son los retos que se han presentado en el camino?

Al ser un proyecto que depende únicamente de mi, es muy limitante que la información y criterios que analizo los encuentre en todas las universidades de manera online lo que me ha llevado mucho más tiempo de investigación para conseguir ciertos datos en específico.

PANTONE®



8. ¿Como contribuye el proyecto para la sociedad y para la carrera?

No solo contribuye a los futuros estudiantes, sino a la ciudad de Cúcuta. Si estas investigaciones se hicieran en todos los ámbitos, la excelencia y calidad se vería reflejada, hacer análisis y comparaciones siempre será una herramienta para mejorar, desde que se tomen las estrategias adecuadas según los resultados de las mismas. Este proyecto ayudará a la mejora constante de la carrera, y así mismo de la educación para la sociedad y el entorno.

PANTONE®



3. ¿Cual es el campo de la carrera que más le apasiona?

El campo creativo, sin duda alguna; aunque también me esta envolviendo el marketing digital

PANTONE®



7. ¿Cual es el aporte de este proyecto en la vida de Anastasia?

Además de instruirme más a fondo sobre mi carrera, me ha llevado a valorar mi universidad, hacer una comparación y ver todas las oportunidades y medios que esta me ofreció a lo largo de mi vida universitaria, me llena el corazón.

PANTONE®



9. ¿Qué consejo le daría Anastasia a todos aquellos compañeros que están en proceso de desarrollo de su proyecto de grado?

Que se apasionen, siempre las personas nos hacen creer que este paso es aburrido y extenso, pero si se apasionan y ven que el resultado de este dará algo más que una nota calificativa, no solo se hará más fácil su desarrollo sino también tendrán muchos mejores resultados.

PANTONE®

PROYECTO DE GRADO SHELLY BADA



PANTONE®
12-0315 TCX
White Jade

EL VERDE ES EL COLOR PRINCIPAL DEL MUNDO,
ES LA REPRESENTACIÓN DE LA VIDA.

**¿Quién es
Shelly Boada?**

Soy una chica alegre, sensible, creativa y muy proactiva, apasionada por la música, el cine, mi trabajo, y desde que inicié mi carrera en mercadeo y publicidad estuve 100% apasionada por todo lo que implica el marketing y sus funciones.

Mi característica más grande, es la pasión por las cosas en las que me desempeño.

**¿Cuál es el
nombre del
proyecto?**

Diseño de plan de Mercadeo para implementar el Marketing ecológico en el sector gastronómico de comidas rápidas en la ciudad de Cúcuta.

Comunicación y extensión de la ecología, a través del Marketing.

**¿De qué trata el
proyecto?**

El proyecto trata sobre la implementación del Marketing ecológico en restaurantes de la ciudad de Cúcuta. Busca crear conciencia sobre el bien que pueden hacer a la tierra si minimizamos el impacto medio ambiental existente en el sector.

Un proyecto que espero que puedan tener de referencia los estudiantes, para seguir implementando nuevas formas de comunicación y extensión de la ecología, a través del Marketing.

**¿Cuáles son los retos
que se han presentado
en el camino?**

El mayor reto fué iniciar, los nervios de presentar un buen proyecto. Y el no saber si estaba tomando la decisión correcta para mi proyecto final. El trabajar duro, siempre tiene su recompensa. Estoy orgullosa de hacer una investigación que puede aportar a la sociedad hoy en día.

Siempre he creído que el cambio climático nos está afectando, el como ignoramos la contaminación tan grande que hacemos. Me gustaría sentir que puedo aportar un grano de arena con esta investigación... Puede que sea algo mínimo, pero personalmente estaría realizando una meta.

¿Cuál es el aporte de este proyecto en la vida de Shelly?



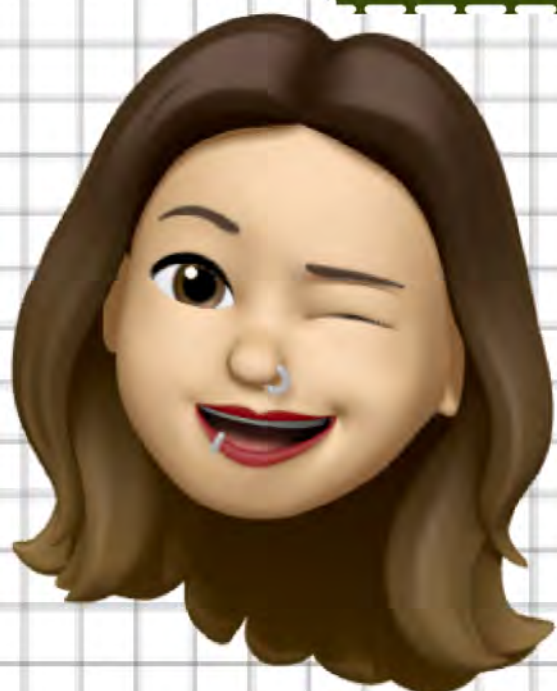
¿Cómo contribuye el proyecto a la sociedad?

Contribuye en gran parte a que las marcas comprendan la necesidad de implementar el Marketing ecológico, de aportar un bien al mundo y a la humanidad. Considero que si empezamos por pequeñas ciudades, conseguiremos progresivamente ayudar al planeta.

Para Shelly, ¿En que contribuye este tipo de proyectos a la carrera?

Le atribuye en que como futuros publicistas no dejemos atrás métodos o formas de crear conciencia.

Para nadie es un secreto que dejamos a un lado el impacto ecológico cuando debería ser lo más importante. Espero dejar con este proyecto una puerta abierta para que futuros investigadores se preocupen por este tema.



¿Qué consejo le daría a todos aquellos compañeros que están en proceso de desarrollo de su proyecto de grado?



Que lo inicien desde noveno semestre, pensando ideas sobre qué área investigar. Observar que problemáticas existen y buscarles una posible solución.

PANTONE®

1

Mucha dedicación y pasión en cada paso del proyecto.

PANTONE®

2



SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN





¡Aquí seguimos más fuertes que nunca!

Omaira
Mendoza

¿Qué destaca del semillero de investigación exploradores?

El que está es porque ha aceptado la invitación voluntariamente que ofrecemos. Afortunadamente siempre hemos logrado las metas que nos hemos propuesto, que es clasificar y trascender nuestras ponencias y hacer que los semilleros nuevos que se amañen y que participen activamente en él.

¿Cuál ha sido el enfoque del semillero este semestre?

Nosotros este semestre le estamos dando al semillero la continuidad del enfoque que siempre hemos venido desarrollando.

El primer enfoque trata sobre como el punto de vista del mercadólogo y publicista contribuyen con ideas y proyectos medio ambientales que mitiguen el deterioro del medio ambiente y el segundo enfoque es aportar y desarrollar ideas que apunten a proyectos de emprendimientos.

¿Desde hace cuánto tiempo lidera el equipo de exploradores?

Desde el semestre B del 2016, he llevado continuidad con el semillero y no ha habido una interrupción de que no lo lidere, afortunadamente considero que lo he orientado de una manera exitosa porque siempre hemos trascendido en todas nuestras propuestas.



Los proyectos con más éxito han sido varios. Tuvimos uno sobre la elaboración del papel semilla, este proyecto se culmino y se ofreció a una empresa de Cali. También tenemos un proyecto que se esta desarrollando actualmente sobre social media, este para estimular a los estudiantes se vinculen y participen en la investigación. El proyecto inicialmente se planteo para llevarlo acabo con la universidad UDES del campus Cucuta, pero se proyecta que este plan o esta propuesta sea extensiva para los otros programas de la UDES y por que no también a las otras universidades que lo quieran utilizar como herramienta para sus planes de mejoramiento.

¿Cuál es el proyecto con mejores resultados que se ha obtenido dentro del semillero?

Tratamos de darle a los estudiantes estímulos herramientas que los lleven a tener una visión amplia respecto a lo que es la investigación, tanto en el ejercicio profesional como en el ejercicio de sus propios proyectos tanto personales y laborales. Esto para que desarrollen habilidades y destrezas para la investigación y con ello vamos haciendo actividades sociales y recreativas como para motivar al estudiante que permanezca y se mantenga activo.

¿Qué estrategia implementaría para incentivar a participar a los estudiantes de M y P en el semillero de investigación?



Me motiva construir una herramienta tecnológica que permita estimular y motivar a las practicas medio ambientales, teniendo en cuenta que inician las practicas en los jóvenes universitarios, pero que trasciendan también a las familias y que se aplique no sólo en el ámbito del joven universitarios sino que ellos sean agentes multiplicadores para que las familias también lo usen y todos contribuyamos al cuidado de nuestro planeta.

¿Qué es lo que más te motiva al ser el líder del semillero de investigación?



PANTONE
VERDE

Semillero DE INVESTIGACIÓN



¿Que te motivo a pertenecer al semillero de investigación?

Me motiva el hecho de conocer nuevas personas y al mismo tiempo para aprender a realizar investigaciones de mercado lo antes posible y nutirme de nuevos temas.



¿Porque consideras que es importante complementar los estudios participando en un semillero de investigación?

Ya que sirve para conocer y ampliar mi conocimiento, gracias a eso puedo aplicar lo aprendido en un entorno real investigativo.



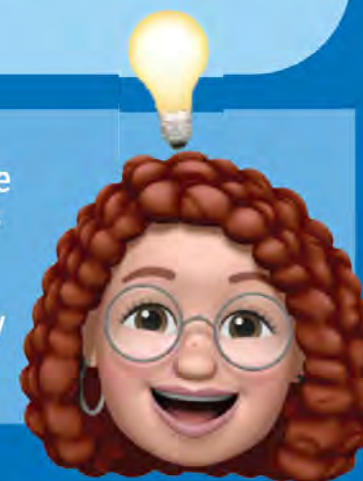
¿Qué ejercicios has realizado dentro del semillero de investigación?

He conocido las diferentes propuestas de proyectos que existen en el semillero, además de aportar ideas para el crecimiento y desarrollo de algunas. He participado en eventos de investigación como observadora donde he observado diferentes proyectos relacionados con diferentes disciplinas además de haber investigado y hablado sobre un tema en una reunión del semillero



¿Como incentivarías a otros estudiantes a pertenecer a un semillero de investigación?

Explicandoles todos los proyectos que vamos investigando y como podemos aplicarlos en la vida real para incentivarlos a integrarse y también para que conozcan nuevas personas y creen un buen ambiente social.



¿Que es para ti el semillero exploradores?

Para mi el semillero exploradores es un aporte extracurricular en el cual un docente nos orienta a realizar trabajos investigativos y como formularlos. También el semillero es como una pequeña familia que hacemos donde nos apoyamos incondicionalmente.



Pierina

Perez Cedeño

2 Semestre



¿Que te motivo a pertenecer al semillero de investigación?

Con los beneficios los cuales posee como lo es uno de ellos la doble titulación, el poder gestionar ideas y como llevarlas a cabo y adquirir nuevos conocimientos para colocarlos en practica en nuestro mundo real.



¿Porque consideras que es importante complementar los estudios participando en un semillero de investigación?

Se refuerzan todas las áreas de la carrera, complementando con otras herramientas que ayudan a tener mejores competencias en el campo labora .



¿Qué ejercicios has realizado dentro del semillero de investigación?

Actividades como investigación investigación publicitaria, aprender de metodologías, reforzar temas ya vistos en la carrera, aprender de materias que aún no he visto, mejorar mis capacidades de expresión verbal y corporal para exponer mejor, etc



¿Como incentivarías a otros estudiantes a pertenecer a un semillero de investigación?

Actualmente estamos desarrollando un proyecto de estrategias promocionales en social media para incentivar a los estudiantes a participar en los semilleros de investigación de la universidad, así como para que conozcan los beneficios .



¿Que es para ti el semillero exploradores?

Es un espacio para entablar y fortalecer amistades con otros estudiantes del programa, un centro de apoyo educativo y un sitio donde se aprende de forma diferente y didáctica .



PANTONE®			
PANTONE 283 C	PANTONE Ref. Blue	4.70	
	PANTONE Pro. Blue	1.60	
	PANTONE Trans. WL	93.70	
PANTONE 284 C	PANTONE Ref. Blue	9.40	
	PANTONE Pro. Blue	3.10	
	PANTONE Trans. WL	87.50	
PANTONE 285 C	PANTONE Ref. Blue	37.50	
	PANTONE Pro. Blue	12.50	
	PANTONE Trans. WL	50.00	
PANTONE 286 C	PANTONE Ref. Blue	75.00	



Ana Acevedo
#FF8E9F



Cristina Alba
#C3BCF3



Angie Baron
#B4DEA5



Camila Hernandez
#FCF06B



Orianna Lottici
#00BBB5



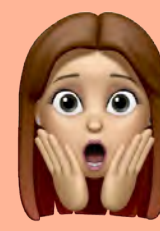
Victoria Rangel
#EF8ECD



Vanessa Rodriguez
#A4E5F9



David Rosal
#C2D500



Silvia Vera
#FFB597



**Universidad
de Santander**
Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación
UDES
VIGILADA MINEDUCACIÓN

