

Segmentados

— Boletín Investigativo —



RECORRAR PARA RECORDAR



Segmentados

Boletín Investigativo

¿ QUÉ ES EL BOLETIN ?

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

COORDINADORA MERCADEO
Y PUBLICIDAD



Ing. Amanda Becerra

DIRECTORA DEL BOLETÍN



Edna Margarita Malagon Arenas

MATERIAL

INTERNO BOLETÍN Y DISEÑO DE PÁGINAS



Rossy Gaona



Jennifer Arias



Vanessa Arévalo



Johely Moreno



Camila Botello



Isabela Ortega



Iveth Castro



Julian Sanabria



Habid Ordoñez



Julian Rangel



Daniel Cetina



Andrés Arévalo



Santiago Cardenas



PROGRAMAS

01 Administración Financiera

02 Bacteriología

03 Comercio Exterior

04 Diseño Gráfico

05 Ingeniería de Sistemas

06 Derecho

07 Ingeniería Industrial

08 Medicina

09 Mercadeo y Publicidad

10 Psicología

11 Terapia Ocupacional

www.udes.edu.co



CÚCUTA
Urbanización EL Bosque
Avenida 4 Esquina N° 10 N-61
PBX: (+57) (607) 5748717
(607) 5748717 Ext: 4222 - 4236 - 4237

BOGOTÁ
Cra. 14 N° 80-35
PBX: (+57) (601) 6914004
(601) 6914104

BUCARAMANGA
Campus Universitario Lagos del
Cacique
Calle 70 No. 55-210 Bucaramanga
PBX: (+57) (607) 6516500

VALLEDUPAR
Cra. 6 N° 14-27
PBX: (+57) (605) 5730073
Programas: (605) 5742577



**Universidad
de Santander**
UDES



MATRICULAS ABIERTAS

Be Happy



70's

1952 ROOM



SEMIHEROS

BUY NOW!



semillero
PRODUCTIVOS

Reactivando el semillero

El semillero de investigación estudiantil productivos estuvo en manos por muchos años del profesor José Cáceres quien se retiró de la Universidad.

Actualmente el semillero se encuentra a cargo del profesor Modesto Eloí Graterol Rivas quien esta haciendo la reactivación del semillero .



El semillero se encuentra actualmente en fase 1, la fase 1 es una fase de formación. Los semilleros de la Universidad cuentan con tres fases, en la fase 2 y 3 se logra que los estudiantes puedan formular proyectos.

Quisimos Preguntarle al profesor Modesto como estaba yendo la etapa de reactivacion y la fase de formacion con el semillero y que planes tenian a futuro y esto fue lo que nos conto:

¿Cuántos estudiantes conforman actualmente el semillero?

Actualmente hay una conformación de 15 estudiantes en el semillero en la fase 1 y 2 estudiantes que están en la fase 3 que hacen parte del semillero de la profesora Omaira y están con nosotros con la idea de incentivar la parte de formulación de proyectos.

¿Cada cuanto se reúnen? ¿Y cuánto dura la sesión?

En esta primera fase todo es asincrónico, ellos tienen recursos que pueden verlos en cualquier momento durante todo el semestre y ellos deben responder unas preguntas y por eso se les concede una certificación, sin embargo, nosotros nos reunimos todas las semanas el día viernes, generalmente nos reunimos una hora de 5 a 6 PM.

¿Qué proyectos o actividades han estado trabajando durante el semestre?

El proyecto que estamos trabajando actualmente es que conozcamos cómo el hombre hace ciencia desde Grecia hasta la sociedad pos moderna, las posturas de los empiristas, epistemología, los proyectos metafísicos, ontología, es decir es un curso básico de epistemología para que los estudiantes sepan qué hay dos formas de hacer investigación, la primera con lógica matemática y estadística y una segunda vía que es introspectiva dimensional donde el lenguaje es ciencia

¿Por qué es importante el semillero para los estudiantes de M&P?

Los semilleros son importantes porque existen 4 funciones importantes en la universidad, desarrollan la docencia en un sentido estricto, la investigación, la extensión y lo que se denomina ahora también emprendimiento, entonces un estudiante en mercadeo y en los diferentes programas que tiene la universidad de Santander es importante que sepan investigar porque cuando se está en el campo laboral es una actividad lógica y rutinaria.

De esta manera el estudiante puede tener diseños metodológicos, saber que son metodologías exploratorias, descriptivas, analítica, saber lo que es un marco lógico, puede saber lo que es un estudio hermenéutico y más que todo el mercadólogo y publicista que necesita estar investigando



Es importante que el estudiante cuente con un buen desarrollo en la parte investigativa, que aun cuando tengamos asignaturas que apuntan a la investigación, que el estudiante participe en el semillero porque le da la oportunidad de manejar oratoria, de sistematizar un resumen y de hacer preguntas e ideas que algunas pueden ser de investigación y otras no, de establecer un marco teórico, es decir conocer un proceso científico porque los semilleros no es clase, como su nombre lo indica los semilleros son estudiantes que se están formando en investigación durante la estadía en la universidad.

¿Tienen algún proyecto a largo plazo en el que se requiera trabajar por varios semestres?

Si, tenemos tres proyectos a largo plazo, un proyecto de memética que lo estamos formulando con la profesora patricia.

Otro de los proyectos es sobre estrategias de mercadeo para la concientización de la sociedad en violencia basadas en género.

Y tenemos otro proyecto pensado que sera basado solo en trata de personas.



#Yo digo
NO MAS



Eso haría grandes líneas de investigación para que los estudiantes no solamente hagan la parte mercadológica si no también diseño de piezas y muchos trabajos mas que se involucren en este proceso.

Tenemos esos tres grandes proyectos que estoy seguro no solo van a rendir frutos en cuanto a investigación si no también en que los estudiantes puedan hacer sus trabajos de grado.

Por último, puede hacerle una invitación a los estudiantes para que se unan al semillero

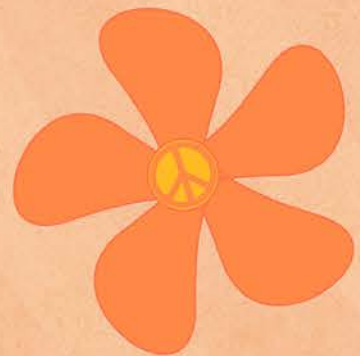
Todos los estudiantes de mercadeo y publicidad los invito a que participen en los semilleros estudiantiles porque una vez que salgan de la universidad existen por el ministerio de ciencia y tecnología becas y también muchas veces en la movilidad internacional ustedes deben tener horas de investigación.

No solamente tengan la universidad para sacar un plan curricular si no también participen en bienestar, en investigación, porque esa es la vida estudiantil, con esto pueden tener una mirada no solamente para el nororiente colombiano si no para Colombia y America Latina.



1970s





semillero EXPLORADORES 70s

DEL 2000 AL PRESENTE

La creación del semillero data desde el año 2000. La profesora Omaira es orientadora y tutora de este semillero desde el segundo semestre del año 2016.

El gran proyecto marco o base del semillero es la contribución con el cuidado del medio ambiente y toda acción en pro de la logística y publicidad.

Actualmente participan activamente en el semillero entre 8 y 10 estudiantes en los diferentes proyectos que se están desarrollando.

Las reuniones se dan los días lunes en el horario de 10 de la mañana a 12 del medio día. Hay momentos que ameritan reuniones de manera extraoficial para trabajar en la preparación de las ponencias a presentar. Estas sesiones se llevan a cabo en la biblioteca o en los salones estipulados para ello.

Hoy en día se está trabajando en un proyecto para vincular a los estudiantes a los semilleros de la universidad, proyecto que ha sido todo un éxito y con el cual logramos llegar a competencia Nacionales en Medellín.

EL PROYECTO CON EL QUE LOGRAMOS IR A MEDELLÍN

El proyecto con el que nuestros compañeros fueron a Medellín tiene como nombre: PROPUESTA DE PLAN PROMOCIONAL QUE VINCULE Y ACTIVE LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SANTANDER CAMPUS CÚCUTA. Este proyecto consiste en implementar estrategias en diferentes medios para lograr que los estudiantes de las diferentes carreras se vinculen a los semilleros y que participen de forma activa en ellos.



Alejandra Harfouche

¿Desde hace cuánto estaban trabajando en el proyecto?

Este proyecto había iniciado hace 2 años aproximadamente por otros estudiantes del semillero exploradores, pero Jhon Montañez y Alejandra Harfouche decidieron rescatarlo y tomarlo para llevarlo a participar en las ponencias de RedCOLSI.

¿En qué fecha se realizó este evento y cuántas personas asistieron?

Los exponentes viajaron en bus hacia Medellín el 11 de octubre y regresaron a Cúcuta el 17 de octubre. Ya estando en Medellín el evento tuvo 4 días de ponencias en donde se presentaban 500 proyectos por jornada de mañana y tarde, es decir 1.000 por día para un total de 4.000 ponencias en todo el encuentro, toda esta magnitud debido a que se presentaron proyectos no solo de universidades sino también de colegios y estudiantes de otros países.

La universidad cubría con los gastos de solo uno de los ponentes, por lo que el Programa de Mercadeo y Publicidad cubrió los gastos del otro ponente.

¿Cómo les fue en el evento?

El mismo día en que Jhon y Alejandra llegaron a Medellín debían presentar su proyecto; ellos estuvieron esperando toda la tarde a los jurados para exponer su proyecto, pero estos no asistieron, fue hasta las 6 de la tarde que el evento ya casi iba a culminar que les asignaron a 1 solo jurado de contingencia el cual los escucho atentamente y no les hizo observación alguna.



¿Ya habían participado en estos eventos o es la primera vez que lo hacen?

Esta era la primera vez para Jhon y Alejandra en participar en un evento Nacional con un semillero de investigación; Lamentablemente su tutora, la profesora Omaira no pudo acompañarlos, pero tuvieron el apoyo de las tutoras de los diferentes semilleros de la universidad como la profesora Luisa Lorena, quienes estuvieron muy al pendiente de ellos y gestionaron toda la situación presentada con los jurados cuando aún no los habían evaluado.

¿Qué tal fue la experiencia para ti? ¿Como te sentiste exponiendo el proyecto?

La experiencia para Alejandra fue super nutritiva, la ayudo a crecer no solo de forma profesional sino también de forma personal. Alejandra nos cuenta que al ya haber expuesto su proyecto varias veces tenían las bases para defenderlo con total seguridad y que fue una experiencia totalmente única al estar con tantas personas que hacen investigaciones, que les gusta lo que hacen y que se toman el esfuerzo por pertenecer a un semillero que es algo extracurricular y logran llevarlo a un encuentro Nacional, algo super gratificante; además del hecho de poder estar en otra ciudad y conocer las diferentes culturas al hacer una investigación lo que los lleva a ella y su compañero a creer que con el semillero pueden lograr llegar muy lejos y representar a la Universidad por lo alto.



Jhon Montañez

¿De dónde nace la idea del proyecto?

El proyecto surge de la necesidad al ver que el índice de deserción de los semilleros estaba tan bajo, lo que los llevó a generar esta investigación desde el punto de vista del mercadeo y la publicidad que es la parte más creativa junto con la aplicación estrategias comunicativas

y estrategias de marketing para saber cómo comunicar esta idea y así llamar la atención de los estudiantes y mostrar el semillero con otro rostro y no solo como algo extra académico sino como un espacio de socialización, de conocer, de crear nuevas experiencias, de adelantar temario y de brindar una nueva percepción de las diferentes situaciones ya que con los semilleros se pueden identificar otras problemáticas presentes en otros lugares.

¿Cómo y cuál fue el proceso para llegar hasta Medellín?

Nuestros compañeros tuvieron que pasar por 3 filtros. Primero fue el filtro institucional donde pasaron por una supervisión interna con jurados de la universidad entre ellos metodólogos, y docentes relacionados al tema; Después de esto y con el puntaje suficiente lograron pasar al encuentro regional cuyo lugar se dio en la FESC acá en la ciudad de Cúcuta, en este encuentro les asignaron un día y hora en específico para presentar su ponencia, para este evento se convocaron docentes de diferentes instituciones a nivel regional y finalmente lograron pasar al encuentro Nacional con un puntaje mayor a 90, que tuvo lugar en Medellín, un evento que describen como masivo y gran magnitud ya que no solamente participaban universidades sino instituciones educativas como colegios y también habían llamados a encuentros y proyectos de docentes tutores e investigadores profesionales y demás.



¿Que opinión tienes acerca del evento realizado?

El evento fue sin duda masivo con doble jornada, donde se vieron muchas universidades e incluso estudiantes de intercambio de universidades y colegios del extranjero como México y Brasil que presentaron proyectos muy interesantes; Como algo a mejorar del encuentro fue su gestión, ya que hubieron algunos inconvenientes con los jurados de nuestros representantes que no se presentaron al evento y hubo la necesidad de buscar jurados de contingencia, por otra parte el resto de la semana gestionaron todo de la manera más adecuada. Un evento sin duda interesante por la gran variedad de investigadores alrededor del país.

¿Cuanto duro la ponencia de su proyecto y qué tipos de jurados tuvieron?

Todos los proyectos tenían un tiempo de 15 minutos para exponer ya que los jurados podían pasar en cualquier momento de la tarde puesto que fue un evento realizado a modo de feria donde los asistentes se podían acercar a los stands a preguntar por el proyecto que les interesara y los ponentes les proporcionaban información acerca de este.

Al momento de presentarse el jurado de contingencia todo les fluyo de forma natural a Jhon y Alejandra ya que varias personas se les habían acercado antes a preguntar sobre su proyecto. Nuestros exponentes obtuvieron una felicitación por parte del jurado por la necesidad que hay de realizar este proyecto y seguirlo trabajando.



Omaira Mendoza

¿Qué tal fue la experiencia para ti? ¿Como te sentiste exponiendo el proyecto?

Jhon describe esta experiencia más allá de tener algo útil en su hoja de vida o un soporte para su vida profesional o un mérito de la universidad como algo más interpersonal, algo que lo ayudó a crear lazos con los compañeros de semilleros y los investigadores que los conforman, puesto que con esto creo amistades que le generan un apoyo en otros encuentros de investigación. Dice que estos eventos sirven mucho para fortalecer la parte social, humana y colaborativa dentro de la universidad y estrechar lazos entre los semilleros.

Jhon y Alejandra aún esperan los resultados de su ponencia, esperamos logren pasar a la siguiente fase.

¿Qué papel o rol cumplió la profesora Omaira en todo este proceso?

La participación de la profesora Omaira fue una parte muy fundamental en todo este proyecto, es quien los acompañó en su formación para iniciar a investigar, para introducirlos al tema incluso cuando aún nuestros compañeros no habían visto las materias relacionadas a la investigación de mercados.

La profesora Omaira empezó a trabajar con Jhon y Alejandra desde primer y segundo semestre las fases de investigación, fuentes secundarias, fundamentos, metodología, y además los aconsejó con estudiantes para que se vinculasen a diferentes proyectos, les proporcionó tips para la hora de exponer; además de que estuvo atenta y al pendiente de todos los formularios que se iban a enviar para realizar sus respectivas correcciones y gestionando todo el proceso para los encuentros de semilleros.

Glosario

RedCOLSI:

La Red Colombiana de Semilleros de Investigación, RedCOLSI, es una organización no gubernamental, expresión de un movimiento científico de cobertura nacional integrado principalmente por estudiantes de educación superior.

Epistemología:

El término epistemología deriva del griego episteme que significa conocimiento, y es una rama de la filosofía que se ocupa de todos los elementos que procuran la adquisición de conocimiento e investiga los fundamentos, límites, métodos y validez del mismo.

Metafísica:

Parte de la filosofía que trata del ser, de sus principios, de sus propiedades y de sus causas primeras.

Ontología:

Parte de la metafísica que estudia el ser en general y sus propiedades.

Hermenéutico:

Técnica o método de interpretación de textos.

Memética:

Teoría sociológica que establece que la cultura se reproduce por medio de memes y discute la forma en que éstos se propagan.

Introspectivo:

Que observa o analiza los propios pensamientos o sentimientos.

WARNING

80'S



PROYECTO DE GRADO 2022

SCROLL TO PLAY

DEFENDER
INSERT COIN(S)
Press 1-Player or 2-Player Start
Blast Alien Ships
Blast landers carrying humanoids
before they mutate. Catch falling
Humanoids-500 points; Return
them to surface-500 points.
Bonus for surviving humanoids
after each alien wave.
Hyperspace-Warp To Another
Quadrant-Caution
Smart Bomb-Destroys Enemies
On Screen
Bonus Ship and Smart Bomb
every 10,000 Points
1 PLAY-25c

START

50%
CHARGE
if tape
is not
REWOUND

ATLANTIC

23

One little Sopley Genneth prime(A3) and the fourth safe prime(L3)
23 is the next to last member of the first Cunningham
chain of the first kind to have four terms

OUR
PRICE



EXPLICIT LYRICS
PARENTAL ADVISORY
(1-25077)



Como DESARROLLAR UN PROYECTO DE GRADO

1

¿Qué es un proyecto de grado?

Es un proyecto de investigación que presentan los estudiantes en la parte final de sus estudios, el cual está conformado por 4 capítulos y 3 secciones. Es una opción de grado para que puedan recibir el título como profesionales en mercadeo y publicidad.

Press
Start



HELP!

Con el apoyo de



Modesto
Graterol



Martha
Patricia
Yanes

4

¿El estudiante sugiere el tema o es propuesto por los profesores?

El estudiante puede sugerirlo o también los tutores le proponen algún tema que requiera el programa. De hecho, muchos estudiantes tienen ese espíritu emprendedor y desean hacer el plan de mercadeo para su emprendimiento o el diseño publicitario, si es así el comité curricular evaluará si la idea es susceptible de tener un método científico.



2

¿Quiénes deben realizar el proyecto de grado?

Todos los estudiantes que egresen deben presentar una opción de grado ya sea el proyecto de grado, prácticas o proyecto de emprendimiento.

3

¿El proyecto de grado es individual o grupal?

El trabajo de grado es individual pero si el proyecto tiene una gran complejidad y requiere que haya otra persona apoyando, se puede hacer máximo de 2 personas.

5

¿Cuánto dura la realización de un proyecto de grado?

Lo ideal es que sea un año, los estudiantes deben aprovechar cuando estén finalizando octavo semestre y tener la idea de que es lo que van a hacer como proyecto (si es que escoge esta opción) para que en noveno semestre estructure un anteproyecto y en décimo desarrolle el proyecto de grado.





RECORDES

PARA NO OLVIDAR

6 ¿Qué se debe tener en cuenta para que el proyecto sea óptimo y viable?

El estudiante debe visualizar el proyecto como un paso más cerca al mundo externo al que se va a enfrentar escogiendo una temática que le guste, apasione y le sirva. El estudiante cuando asume una idea de investigación también asume una forma de citar y si bien es importante apoyar el proyecto con investigaciones anteriores también es importante señalar y dar autoría de la información que se toma y se coloca en el proyecto.

7 ¿Cuáles posibles limitaciones se pueden presentar en un proyecto de grado?

En la mayoría de casos el tiempo que no alcanza para hacer todo lo propuesto en el proyecto, así como también que el estudio de la muestra en la investigación sea difícil o muy grande, la validación de los cuestionarios y el análisis de resultados.

8 ¿Cómo se presenta el proyecto de grado?

Actualmente el proyecto se entrega de manera digital y este queda en un repositorio, la universidad asigna una fecha y hora para que el estudiante sustente de manera presencial su proyecto.

9 ¿Qué se necesita para hacer un proyecto de grado?

Durante toda la estadía del programa se desarrollan una serie de competencias que se adquieren con todas las asignaturas y profesores, también diferentes recursos como recursos humanos dado que todo proyecto tiene un tutor y un cotutor que son asignados dependiendo de la tematica de cada proyecto, recursos físicos como el computador, fotocopidora, cámara fotográfica, entre otros y recursos bibliográficos como las bases de datos de la biblioteca del campus de la universidad.

10 Tips o sugerencias a los futuros estudiantes que deseen presentar el proyecto de grado

Apenas los estudiantes terminen octavo semestre indaguen sobre las opciones de grado, conozcan en qué consisten los proyectos de grado, visiten la biblioteca y sus bases de datos, lean proyectos de grado que han presentado en años anteriores, charlen con los profesores socializando y proponiendo ideas. Además aprovechen las materias proyecto 1 y proyecto 2, no las piensen solo como asignaturas sino como un énfasis en esa idea que quieran investigar y así poder agilizar parte del proyecto.



Proyecto De emprendimiento

¿De qué trata?

Principalmente es sobre un estudio de mercado para la puesta en marcha de un restaurante de comidas rápidas gourmet, David's House.

¿Qué te motivó a hacerlo?

Desde niño, mi sueño ha sido tener un restaurante, la carrera de mercadeo y publicidad ha sido el medio para cumplir ese sueño ya que esta brinda las herramientas para evaluar la viabilidad de hacerlo correctamente desde los diversos puntos de vista.

¿Cuál es la principal problemática y porque la consideras importante?

La ciudad ha empezado a tener mucha fuerza en el área de los restaurantes, siendo que aún existen muchas cosas por hacer y explorar, se me hace necesario suplir y generar empleo, impulsando ya sea las empresas existentes o creando nuevos proyectos y emprendimientos.

¿Qué áreas de tu carrera aplicas en el proyecto?

Desde el punto de vista publicitario toda la parte de la creación de la marca, su nombre e identidad, la propuesta el lenguaje creativo y visual teniendo en cuenta su estilo correspondiente.

De parte del mercadeo me apoyo en prácticamente todo, el marketing mix, la estrategia, marketing territorial, la logística del negocio, entre otros.

¿Cuál fue el proceso para desarrollar el proyecto?

El proyecto aún se encuentra en marcha, elaborando a mitad de camino, siendo aún así que tiene la misma estructura que un proyecto investigativo de marketing.

¿Qué dificultades has afrontado a lo largo del desarrollo del proyecto?

Hasta el momento no se han encontrado mayores dificultades, sin embargo para esclarecer la viabilidad del proyecto fueron necesarios ayudas externas como la de un contador con el cual se pueda hacer un plan de presupuesto, sobre todo lo que se necesita para la inversión del restaurante, siendo así este el mayor reto, ya que significa no sólo un gasto de tiempo si no también una inversión monetaria.

¿Qué nuevos conocimientos has adquirido desarrollando el proyecto de grado?

Esclarecer las bases de cómo realizar un proyecto investigativo de marketing, siendo muy importante combinar la práctica con la teoría para incorporar todos los conocimientos que se imparten de manera teórica y así sacarles provecho, también me ha ayudado a profundizar en cómo está la situación en el área gastronómica de la ciudad teniendo en cuenta el estilo y el modelo del restaurante.

¿Cuáles son tus expectativas con este proyecto de grado?

Tener las bases y en realidad llevarlo a cabo, a la realidad, siendo que se pueda cumplir paso a paso lo que se plantee en el proyecto, el presupuesto, que el estudio de mercado sea el correcto, que al público le guste y disfrute del restaurante y además que se pueda generar un trabajo digno y con oportunidades.

¿Qué consejos le dejas a los que quieran realizar un proyecto de grado?

Es muy interesante, puede llegar a ser más sencillo que unas prácticas ya que todo va en lo que al estudiante le apasione y quiera hacer, como se visualice. Personalmente ingrese en la carrera siempre pensando en mi emprendimiento y el saber que la universidad diera la opción de que fuera un proyecto empresarial y no necesariamente un proyecto investigativo me motivó a tomar la decisión de realizar un proyecto empresarial, con el cual ya puedo plantear una base del mismo con las herramientas que he visto a lo largo de la carrera, así que cualquier persona que quiera emprender le recomendaría que la mejor decisión sería optar por el trabajo de proyecto empresarial.



DAVID
ROSALES



DAVID'S
HOUSE
FAST FOOD

PELICULAS
90's

DOCCENTTES INVESTIGADORES

SOUL
FICTI



Jaime Andres

PABN

¿Qué lo motiva a ser docente de investigación?

La mejor cualificación del programa, ya que las entidades que se encargan de las mediciones de las universidades y de los programas académicos basan su evaluación y el posicionamiento de la universidad y del programa en los datos y logros de investigación que tiene cada programa.

¿En qué proyecto estás trabajando este período?

Estamos trabajando, en resumen; es cómo podemos hacer para aumentar el turismo en el Valle del Topocoro, Santander, siendo este un destino atractivo y ecológico, aprovechando todo el potencial que tiene el mismo.

¿Por qué cree importante trabajar en esa investigación?

Es una forma de visibilizar el trabajo de la UDES, las capacidades de su cuerpo docente, su infraestructura y además brindar un apoyo a una región que lo necesita.

Desde su punto de vista ¿cuál cree usted que es el papel que juega la investigación en el programa de mercadeo y publicidad?

No lo voy a decir desde mi punto de vista, lo voy a decir desde un gran personaje que es nombrado mucho en clase, David Ogilvy decía: no hay nada más peligroso que un publicista que no investiga. La investigación es la base principal para el desarrollo de estrategias de comunicación y marketing para toda empresa.

¿Qué consejo daría a la hora de realizar una investigación?

Manténganse curiosos, manténganse expectantes, manténganse preguntándose cosas, no se queden con lo que encuentren así nomás, con lo fácil, con lo que le diga alguien, busquen su propia información y creen su propio conocimiento.





MODESTO

¿Por qué cree que es importante trabajar en esa investigación?

Estamos trabajando en investigaciones que inician desde el punto de vista fenomenológico, es decir, no son investigaciones que pensamos aquí en la universidad, sino que son investigaciones del entorno y son investigaciones que aportan a la sociedad, por ejemplo, la trata de personas, la violencia física, sexual, la influencia de los memes en el comportamiento de los estudiantes de la UDES, entonces son temas novedosos que actualmente todas las universidades de América latina se están interesando a estas nuevas investigaciones que tienen como finalidad aportar a la concienciación. Son trabajos que están insertados en los temas importantes de mercadeo y publicidad, que están haciendo los grandes centros e institutos de investigación a nivel de América latina y el Caribe.



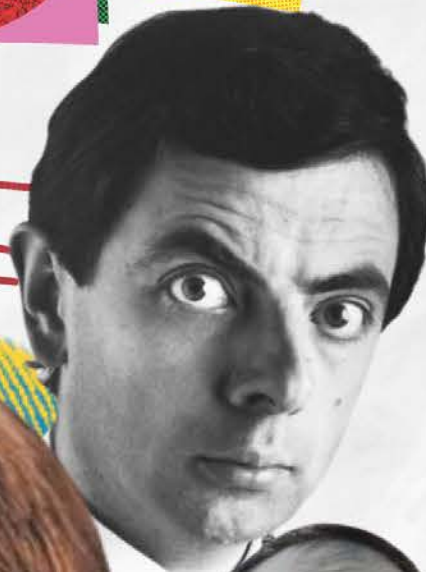
Desde su punto de vista ¿cuál cree usted que es el papel que juega la investigación en el programa de mercadeo y publicidad?

La investigación juega un papel de primer orden en el mercadeo y publicidad, porque es que nosotros los mercadólogos investigamos mercados. La investigación tiene un gran peso y aún más en una sociedad de la información y globalización donde los cambios son muy rápidos, esto hace que debamos tener estudios investigativos sobre el comportamiento del consumidor, porque los mercados son dinámicos, no son estáticos, la investigación es la herramienta que tienen los estudiantes y los investigadores para poder caracterizar el mercado.

¿Qué consejo daría a la hora de realizar una investigación?

El primer consejo es que los estudiantes deben conocer el método científico, porque ya estén en el mercado es prudente investigar, tenemos que conocer cuáles son las mitología que existen, cómo se diseñan un estudio investigativo, cómo se formula una pregunta de investigación, cómo se formulan los objetivos, cómo podemos obtener desde el punto cuantitativo o cualitativo esa investigación. Hago un llamado a todos los estudiantes a disfrutar del ambiente universitario, no solamente de la docencia, sino la intención, la investigación y de ser partícipe de todas las áreas que ofrece la UDES.

Graterol



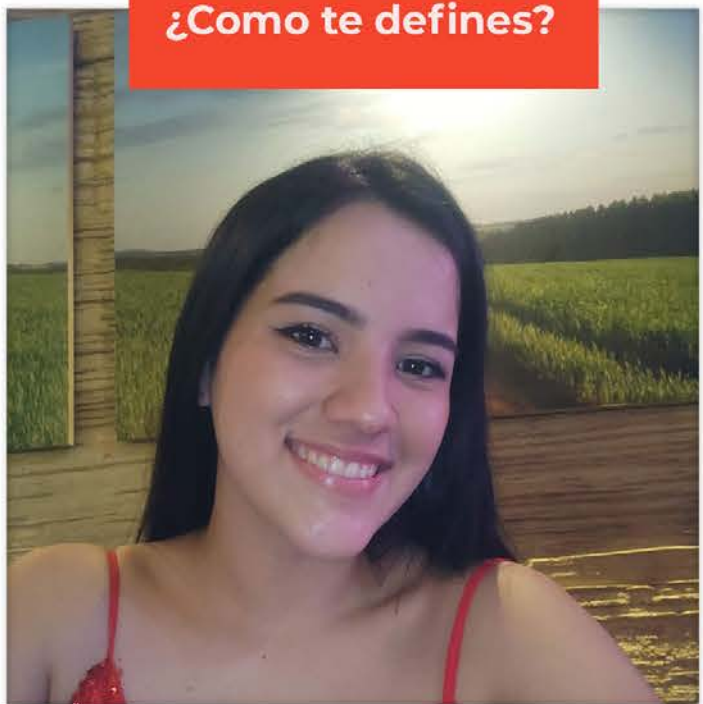
2000's

PASANTIAS



VALERIA OCAMPO

¿Como te defines?



Mi nombre es Valeria Estefania Ocampo Sanchez; me defino como una persona persistente, responsable, atenta, que le gusta aprender, que le gusta desempeñarse rápido, apoyar en todo lo que pueda y retarse diariamente.

¿Recuerdas por que elegiste estudiar Mercadeo y Publicidad?

Elegí estudiar Mercadeo y publicidad, porque desde el colegio se me han dado mucho las relaciones interpersonales, siempre he sido una persona creativa, muy atenta y en el momento sentía que era lo que más se identificaba conmigo, porque me gusta mucho el mercadeo a medida que fui estudiando me di cuenta que la publicidad también es una carrera muy bonita y que tiene muchas cosas con la cual me siento muy identificada.

¿Como ha sido tu experiencia realizando tus prácticas como estudiante MyP?

Mi experiencia haciendo las prácticas ha sido muy buena, la empresa en donde las estoy realizando es una empresa que me da muchas herramientas, y siempre nos han impulsado a que seamos muy creativos que seamos estrategas, que tengamos mucho análisis de la situación, la verdad me ha servido mucho a la hora de desempeñarme.

¿Como hiciste para ingresar a la vacante donde realizas las prácticas?

Estas prácticas las encontré gracias a una feria que realizó Google, en donde la Universidad fue participante y nos invitó a participar de la conferencia, en ese momento la empresa se presentó y dio el correo para enviar las hojas de vida.

¿Que tuviste que hacer para quedar postulada a esta empresa ad bid?

Yo envié mi hoja de vida que iba muy centrada hacia el análisis de los resultados y la creación de estrategias de mercado, toda esta parte que nos refuerza tanto en la universidad, por lo cual llamo la atención a la empresa, y pude realizar primero un examen en donde demostre mis habilidades, en excel de análisis y luego ya una entrevista virtual en donde me hicieron preguntas personales para saber quien era yo y si me adaptaba a los principios de la empresa y ya puede empezar mis prácticas profesionales.

¿Cuando termines, tienes planes de regresar a Cúcuta a continuar tu carrera profesional?

No, en mis planes no se encuentra volver a Cúcuta ni en un futuro cercano, ni un futuro lejano, ya no deseo volver a Cúcuta, deseo quedarme en Bogotá un tiempo y luego salir del país, teniendo en cuenta que ya este semestre acabo materias y no tengo que volver a la universidad ya terminé mi carrera profesional.

¿Que ha sido lo que mas te impacto o te ha marcado en tu proceso de práctica?

Ha marcado mucho mi proceso de práctica la cantidad de información adicional que se tienen y la manera de conseguirla, la verdad es muy autodidacta, mi empresa es un Partner de Google por lo cual la mayoría de capacitaciones es a través de Google y de Meta por lo cual se tiene mucho contacto con esas empresas y se realizan capacitaciones presenciales y virtuales todo el tiempo las cuales se pueden encontrar en sus plataformas, entonces he aprendido mucho sobre pauta publicitaria, marketing digital, segmentación detallada, que tipo de creatividad le sirve a las personas y como hacerles llegar, tipos de formatos como Facebook ADS, TikTok, Twitter como pautar en estos tipos de plataformas, como pautar en medios tradicionales ATL entre otros.

¿Que consejo le das a los estudiantes de Mercadeo y Publicidad?

Mi consejo para todos los estudiantes es que aprendan y realmente se interesen por lo que les gusta, si le gusta el marketing digital, no se rindan y empecen a buscar maneras de aprender. En Google hay muchas formas en Facebook también hay muchas formas de aprender donde ellos mismos tienen sus plataformas donde y los enseñan a como utilizar cada una de las herramientas, también es super importante no rendirse si ustedes quieren salir de la ciudad y hacer sus prácticas en otro lado y estudiar en otra parte lo que sea, no se rindan inténtenlo hasta el último segundo que de verdad todo se termina dando.

MIS PRÁCTICAS EN:
ad_bid

CAMILA CARRDINAS

1. En qué lugar realiza las pasantías?

Actualmente realizo las prácticas en la agencia de publicidad TBWA (the disruption company)

2. Hace cuanto empezó a realizar las prácticas?

Inicie en Julio del 2022

TBWA The Disruption Company

3. Como fue la elección de la empresa para pasantías?

Seguía a esta agencia por Instagram y linkedin y vi que publicaron que necesitaban practicante de mercadeo, por lo cual envié mi hoja de vida, me contactaron, me hicieron una entrevista, luego me explicaron cuáles serían mis funciones y ya fui seleccionada.

4. Que función/es desempeña en la empresa?

Trabajo como practicante de ejecutiva de cuenta, específicamente para la cuenta de cementos Argos. Tengo que resolver todas las solicitudes de las distintas regionales de cementos Argos en Colombia, y enviarlas al equipo para que desarrollen lo que están pidiendo estas personas, una vez el equipo me envía este material, debo revisar que cumpla con todo lo que fue solicitado, también realizar presupuestos y reuniones con clientes.

23 AÑOS
9 SEMESTRE

5. Que dificultades ha tenido a lo largo de las prácticas?

Al inicio cuesta adaptarse como al hecho de ya estar en una agencia "real", es un ambiente totalmente diferente a lo que vivimos en la Universidad.

6.Cuál es su proyección en algunos años?

Me gustaría irme a realizar una maestría en el exterior específicamente en España.

9. Por qué eligió hacer pasantías y no proyecto de grado?

Porque me parece que hacer un proyecto es un tema tedioso y algo aburrido, en cambio en las pasantías aprendes mucho, adquieres experiencia.

7. Que recomendaciones daría a alguien que vaya a empezar en las pasantías?

Que no se sientan desanimados si aplican y aplican en muchas vacantes y no los llaman, sin duda lo que está destinado a ser será.

8.Cuál ha sido la mejor experiencia durante este periodo?

Sin duda el conocimiento adquirido. Durante este periodo he tenido la oportunidad de aprender muchas cosas, por ejemplo como es el proceso para llegar a cabo grandes campañas, desde el desarrollo del brief, luego un concepto, definir presupuestos, presentar las propuestas al cliente etc, además he conocido personas que considero muy tesas en lo que hacen, por ejemplo el director de mercadeo de Argos, es una persona súper creativa y excelente profesional, todo lo que hace por esta compañía considero que es excelente.

DVD

MTV
MUSIC TELEVISION®

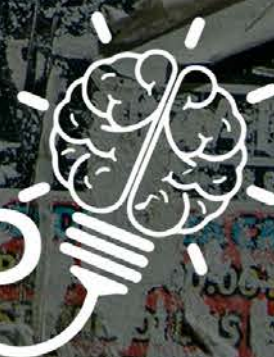


**INSCRIPCIONES
ABIERTAS**

Estudia Mercadeo y Publicidad

"El marketing se está convirtiendo en una batalla basada más en la información, que en el poder de las ventas." - Philip Kotler

M&P
Mercadeo y Publicidad
UDÉS Cúcuta





RECORRAR PARA RECORDAR