



Viste tu profesión

- Mercadeo y Publicidad
- Administración Financiera
- Diseño gráfico publicitario
- Terapia Ocupacional
- Bacteriología
- Enfermería
- Fisioterapia
- Comercio Exterior
- Contaduría
- Derecho
- Ingeniería Industrial

Visítanos diagonal al Consultorio Jurídico UDES

O en la Av. 3 #10-43 Centro 2 5 71 9645



Andrés Entrena Parra, un hombre con don de servicio

ace 20 años, Andrés Entrena Parra fundó un sueño que hoy lo vemos hecho realidad. La Universidad de Santander, sede Cúcuta, no pudo tener a un mejor y gran líder, él con sus conocimientos y experiencias nos dejó un gran legado y nos enseñó el gran valor de tener una buena educación. Los estudiantes y el personal docente y administrativo les deben a él estar donde están y ser parte de uno de las grandes instituciones de educación superior.

El doctor Entrena Parra es considerado en la región como un verdadero

paradigma para las nuevas generaciones, por la buena fe que profesó como norma en todas sus actividades profesionales y por la aplicación ideal del don del servicio que le asistió en su vida privada, ocupacional y pública.

Andres Entrena, dedicó su vida a la construcción de una mejor sociedad, al estar al frente de instituciones educativas, como la Universidad de Santander y de la regional de la Cruz Roja Colombiana.

Muchas muestras de agradecimientos y lágrimas se notan, y se notarán por mucho tiempo, por la partida de nuestro querido fundador. Gracias Dr. Andrés Entrena Parra.

Rectora Universidad de Santander, Udes Cúcuta CARMEN ELISA ARAQUE

Revista Agenda Mercadeo & Publicidad Una publicación del programa de Mercadeo y Publicidad, Udes Cúcuta

Directora:

Amanda Becerra Coordinadora programa Mercadeo y Publicidad

Gerente:

Martha Patricia Yanes Docente de Mercadeo y Publicidad

Editor:

Universidad de Santander, Udes Cúcuta

Comité Editorial

Amanda Becerra Martha Patricia Patricia Yanes Mónica Liliana Peñaranda

Redacción, diseño, diagramación y venta de publicidad:

Anaisabel Tello Escobar Angie De Avila Jeniffer López Josmir Sánchez Pablo Castañeda Andrés Espinel Christian Rodríguez Fabián Quintero Marcos Gómez Deiby Pérez Rubén Darío Bittar Daniel Afanador

Foto de Portada:

Mónica Liliana Peñaranda Docente de Mercadeo y Publicidad

Diseño de Portada:

Gerson Moreno Estudiante de Mercadeo y Publicidad

Oficina:

Av. 4 Cll. 10N Esquina Barrio El Bosque, Cúcuta Teléfono: 57-7-5791008

Impresión:

Offset La Opinión Teléfono: 5710632

Contenido

- 5 Salón de fotografía, iahí vamos!
- Y siguen creciendo los Semilleros Exploradores
- 8 Estudiantes y empresarios
- 9 èY en qué va la Joven Investigadora?
- "Tengan esa mentalidad de crear empresa" Claudia Acero
- 14 La revolución del Social Media Entrevista a Ramón Gaspar
- 17 James Rodríguez incursionará como empresario
- 18 Soy Capaz
- 19 ¿Qué tan creativo eres?
- 20 El marketing y las relaciones de pareja

Foto FanPage Mercadeo & Publicidad / Udes

Agenda B-2014

Estas fueron las actividades realizadas en este semestre en el programa M&P cubriendo las expectativas y conocimientos de los estudiantes.



Diplomado en Marketing politico y Campañas electorales

Actividad que se efectuó desde el 26 de septiembre al 22 de noviembre. Las conferencias estuvieron a cargo de: Alejandro Contreras y Rolando Muzzin. Estuvo dividio en módulos cuyos contenidos se enfocaron capacitar a los asistentes en el diseño e implementación de estrategias de comunicación y marketing político en los procesos electorales, de comunicación y de administración de la visibilidad pública de líderes políticos y de organizaciones públicas y privadas.



Rolando Muzzin es argentino, licenciado en Administración Pública, consultor político en estrategias de comunicación gubernamental y organizaciones públicas. Especialista en nuevas tecnologías de comunicación, redes sociales y desarrollo de aplicaciones móviles para el sector público.





Alejandro Contreras es cucuteño, abogado de la Universidad Libre de Colombia, especialista en Derecho Constitucional y Filosofía del Derecho. Y es candidato a Doctor en Asuntos Públicos, Políticas y Gobierno y posee una Maestría en Comunicación Política e Institucional en el Instituto Ortega y Gasset de España.

Seminario Servicio al Cliente

Se realizó en los meses de octubre y noviembre de 2014 dirigido a un grupo de empleados de la empresa Cenabastos. Estuvo dividido en módulos, con temas como:

- Servicio al cliente
- Marketing mix
- Relaciones públicas
- Comunicación asertiva
- Manejo de Clientes difíciles

Y fueron dictados por los docentes de Mercadeo y Publicidad: Mónica Peñaranda, Sandra Liliana Quintero, Omayra Mendoza, José Cáceres y Jaime Pabón.



Fotos Fan Page MyPCucut

Diplomado Taller en Stopmotion

Se dio inicio a partir del 6 de septiembre y culminó en noviembre, donde los especialistas en este tema, Camilo Suz , Fotógrafo Publicitario y Josué Jaramillo, productor audiovisual, fueron los encargados de dictar el diplomado, primero dando las bases de la fotografia publicitaria, conociendo los conceptos de iluminación, necesarios para luego haber realizado el Taller sobre Stopmotion aplicado en la publicidad.







l programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander UDES, sede Cúcuta, con el esfuerzo de la coordinadora del programa, Amanda Becerra, tiene la oportunidad de contar desde el semestre A-2014 con un aula de fotografía y radio, donde los estudiantes han podido vivir una experiencia única, junto a docentes capacitados en estas áreas de la comunicación. Además de contar con variedad de equipos de alta tecnología diseñados para ofrecer productos gráficos y audios con una máxima calidad, ademas de la guía y asesoria para un mejor aprendizaje de los futuros profesionales.

El estudiante de cuarto semestre, Cristian Alejandro Rodríguez Sabogal, opinó que el salón de fotografía "es una herramienta muy importante para los que estudiamos Mercadeo y Publicidad, que estamos muy conectados con los medios, y es una herramienta muy buena que nos da la Universidad".

Dijo además, "que la institución debería tener otras herramientas nos faciliten el aprendizaje, como por ejemplo: un set de televisión u otras cosas así, pero me parece muy bueno lo que se ha logrado hacer en tan poco tiempo que lleva el salón de fotografía y radio", haciendo referencia al Diplomado en Fotografia Publicitaria y Stopmotion, además de las prácticas con equipos y situaciones reales.

Se pone mejor: Radio y televisión también

Se le preguntó al docente Jaime Pabón, Coordinador del programa. ¿Qué es lo que se tiene proyectado para el salón de radio y fotografía?

"La idea es separarlo, tener un salón de Fotografía y otro de radio. La proyección que tenemos para fo-

tografía es adquirir una cámara Sony de televisión profesional, y en radio crear la cabina de sonido para poder hacer grabación más limpia y ofrecer servicio a las

oto Fan Page MyPCucut

demás carreras. La idea es que el taller

de radio sea un suministro de materiales para el resto de las carreras (eso si, cobrando), y ese dinero seria para el programa de Mercadeo & Publicidad".



Taller realizado en el salón de fotografía en la VII Semana Universitaria.



Foto: Jessica Sayagc

iVamos grupo de medios!

esde el semestre B2013 ha venido trabajando un grupo de estudiante de Mercadeo y Publicidad, bajo la tutoría de los docentes Mónica Peñaranda, Patricia Yanes y Jaime Pabón, con el fin de vincularse y ser parte de la logística de las actividades del programa, así como la generación de ideas y proyectos que se puedan realizar cada período académico. Además que las actividades que desarrollan hacen parte de los conocimientos adquiridos en las materias y los han podido llevar a la práctica.

No son solamente estudiantes sobresalientes, son además muy activos y con ganas de que nuestra carrera sea cada vez mucho mejor.

Vienen muchas sorpresas y el grupo de Medios es el que va a estar liderándolas.

Así, que los invitamos a formar parte de este gran equipo. Se necesita de mucha energía, ganas y creatividad.



Crece el **Semillero Exploradores**

Una gran labor ha desarrollado este Semillero, quienes empezaron labores desde hace año y medio bajo la tutoría del docente Jaime Pabón.

Primero fue la destacada presentación que tuvieron en la Semana de la Divulgación Científica, en donde obtuvieron el tercer mejor puntaje, dándoles la oportunidad de presentarse en el Encuentro Regional de Semilleros que se llevará a cabo a principios del año 2015.

También, el Semillero hizo una buena presencia en la V Semana de Ciencia, Tecnología e Innovación 2014 convocada por Colciencias y organizado por la Fundación de Estudios Superiores FESC y la Universidad Simón Bólivar en la Biblioteca Pública Julio Perez Ferrero.





La estudiante Angélica Hernández, fue la representante del grupo para ser la ponencia de la investigación, ya terminada, "Perfil del consumidor de productos ecológicos de la ciudad de Cúcuta". Se presentó junto con otras instituciones de la ciudad y el departamento.

Somos parte de la Asociación Colombiana de Facultades, Escuelas y Programas de Publicidad

on el fin de fortalecer el programa, según los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional y el Consejo Nacional de Acreditación, el programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander, sedes Bucaramanga y Cúcuta, fueron acep-

tados como nuevos miembros de la Asociación Colombiana de Facultades, Escuelas y Programas Publicidad.

"Estamos muy contentos con la notificación recibida, ya hacemos parte de la Asociación, destacando que tendremos ahora vínculos académicos con

12 universidades más de Colombia, que nos permitirá desarrollar movilidades académicas de estudiantes y profesores, al mismo tiempo que podremos integrar nuevas redes de investigación con estas instituciones", destacó Germán Augusto Quintero Duarte, decano de la Facultad de Comunicaciones, Artes y Diseño y director del programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander.

La notificación fue hecha por Clara Inés Villegas Bravo, presidente de la Asociación Colombiana de Es-

cuelas, Programas y Facultades de Publicidad a nivel nacional.

Y además, el programa de Mercadeo y Publicidad UDES pertenece a la Asociación de Programas de Mercadeo, ASPROMER, junto a otros 30 programas colombianos.



la opinión s.a.

CONTAMOS CON UNA AMPLIA GALERÍA DE SERVICIOS LITOGRÁFICOS

Publicaciones

Folletos - Revistas - Libros - Anuarios Manuales - Periódicos - Agendas.

Publicidad impresa

Volantes - Plegables - Afiches - Catálogos Brochures - Adhesivos - Calendarios.

Papelería comercial

Carpetas - Hojas membrete - Facturas Recibos - Tarjetas de presentación - Remisiones Sobres - Recetarios médicos.

Tecnología de punta CTP • Printmaster



Estudiantes y empresarios



Daniel Afanador

Director de Mercadeo y Operaciones de la empresa Fresh Cool

Empresa que nació en 2010, en la ciudad de Cúcuta, y se especializa en la mejora de entornos al aire libre climatizando y mejorando el ambiente de un negocio o de su espacio.

De aqui a 5 años tienen el objetivo de crecer en el mercado nacional siendo pioneros en la distribución y comercialización de equipos industriales para disminuir temperatura en espacios abiertos.

Tienen un producto nuevo en proceso, el ventilador cetrifugado el cual seria comercializado para climatizar espacios cerrados a nivel del hogar.

Actualmente combina la carrera con la empresa complementando el conocimiento y el aprendizaje diario con las labores del dia a dia.

Diego Canal Disc jockey DJ

"Todo empezó cuando tenia 13 años. Me gustaba mucho el reggaeton y el vallenato y mi hermana me dijo que escuchara música electrónica. De ahi empecé a enamormarme de esa música, a querer saber cómo se toca, etc."

Ya lleva 6 años y medio desarrollando la carrera y ha tenido la oportunidad de tocar en varios clubes de Colombia y este año,

Foto Diego Canal

en marzo, tuvo la oportunidad de tocar en el Winter Music Conference en Miami.

Dice que en su carrera como Dj ha tenido que realizar él mismo su estrategia publicitaria y de promoción, para darse a conocer, ya que aporta las

ideas para el diseño de la imagen personal y corporativa, las fotos para promociones, las redes sociales, etc.

Camilo Jácome

Propietario de Cafe del Este

Su negocio tiene que ver con el consumo de café. "A raiz de algunas investigaciones hechas en los ultimos años descubrí que este es un modelo de negocio factible para la ciudad de Cúcuta. La idea de este negocio es el expendio de café con un concepto original y crear un ambiente especial junto con otros productos como el cafe y las tortas.

Actualmente, está retomando la carrera porque se desempeñó muchos años en la radio y cuando terminó este trabajo decidió montar su propia empresa. Primero emprendió con un pub americano, con el cual le fue muy bien y ahora está en este nuevo negocio y en su desarrollo se dio cuenta de la importancia de la carrera de Mercadeo y Publicidad.

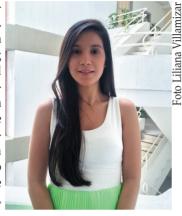


De pasantías e investigadores

Liliana Herrera V.

Textiles El Porrazo

Es una de las pasantes de nuestro programa, y está realizando el Plan estratégico de Marketing para la empresa Textiles El Porrazo, el cual está dedicada a la comercialización de telas en Cúcuta. Dice que en su proceso de análisis y diagnóstico de la empresa le llamó mucho la atención un libro que le recomendó un docente, llamado "El Océano azul",



el cual explica muy bien el análisis de fortalezas y oportunidades de una organización. Comentó que le tocó mejorar en la redacción de artículos y utilizar mucho mejor los términos y conceptos de mercadeo y publicidad.

Luiggy Collante Periódico La Opinión

En el semestre B2014 realizó la pasantía y nos contó de su experiencia:

"Primero fue acostumbrarme a las políticas de una empresa que trabaja las 24 horas del día, luego aprender del funcionamiento de los departamentos de Mercadeo y de Ventas, del proceso de producción del periódico, de la pauta publicitaria, etc. Me gustó mucho conocer de la evolución de la empresa, el cual es una empresa que se mantiene y quiere crecer aún más. Me gustaría seguir luego de terminar la pasantía. En



cuanto al terma del proyecto habían muchos para escoger como el Club de Suscriptores, o las Agencias que tiene la empresa en Ocaña y Pamplona, pero por sugerencia del tutor de la empresa, y según proyectos pendientes por realizar estaba la separata Mundo Infantil La Opinión, al cual se le diseñó una estrategia comercial para vender pauta publicitaria ya que no ha sido bien aprovechada para este fin. Esta estrategia estuvo dirigida a los empresarios de la región para que utilicen la separata como medio publicitario y promocional."

¿Y en qué va la Joven Investigadora?

La Joven Investigadora del programa Mercadeo y Publicidad, Yolanda Julieth Durán, y su tutor, José Cáceres Caballero nos contaron sobre el avance en el estudio que están realizando sobre el Registro de Marcas en productos y servicios y analisis de su impacto en Cucuta, que viene desarrollando desde Julieth Durán el semestre B2013.

"Se ha venido desarrollando y en el momento nos encontramos en la etapa de la investigación cualitativa, de tipo etnográfica. Durante los meses de octubre y noviembre de este año se realizaron entrevistas a empresarios de una muestra seleccionada intencionalmente que tienen marcas registradas en la Superintendencia de Industria y Comercio, así como a empresarios que no han adelantado este registro y a directivos de los principales gremios de los sectores económicos más representativos de la región como: la Cámara de Comercio de Cúcuta, Federación Nacio-





José Cáceres

OFICINA AVE

nal de Comerciantes (Fenalco), Asociación Colombiana de Industriales del Calzado y la Manufactura del cuero (Acicam), Asociación de Industriales de la arcilla de Norte de Santander (Induarcillas) y Asociación colombiana de restaurantes (Acodres). Esperamos recolectar toda la información pertinente

para pasar a una segunda etapa, el cual es de análisis de la información".

Hay que resaltar que este proyecto es avalado por Colciencias, y que los estudiantes pueden acceder a él para seguir en el campo de la investigación. Para mayor información deben ingresar a www.colciencias.gov.co.

"Tengan mentalidad de

Se graduó del programa en el año 2000 y actualmente es Directora Comercial de RCN Radio en Cucuta.

n RCN lleva 9 años, maneja el área n KCN Ileva 7 alio3, managa comercial. Empezó en la parte publicitaria, como asesora comercial en La Opinión, luego se dedicó al mercadeo de consumo masivo.

"Yo quería ser comunicadora social, pero en cierta ocasión hablé con una periodista muy reconocida, en su momento era practicante en La Opinión y me dijo: piénselo bien, los únicos que salen adelante en esta carrera son los de mayor trayectoria, pero a mi me gustaba la comunicación y descubri la publicidad, que es comunicación comercial". No estaba la carrera publicidad pura, estaba el mercadeo y la publicidad y encontró que son completamente compatibles, una trabaja de la mano con la otra, "y terminé enamorándome del cuento".

"La carrera nuestra es sumamente exigente en innovación. Siempre hay que pensar en la estrategia, lo que diferencie a mi cliente de los demás y hacerle la experiencia al consumidor mucho mas fácil, sorprendente y divertida, y sobre todo crear recordación; hoy en día las personas buscan

crear empresa'

Claudia Acero

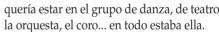
algo nuevo que les facilite la vida".

Una recomendación que les da a los estudiantes de Mercadeo y Publicidad es que desde el primer semestre hasta el ultimo "tengan esa mentalidad de empresarios, de crear empresa, de creer en nosotros mismos y en el producto que se le pueda ofrecer a la ciudad, el país y al mundo".

"Cuando era alumna, el profesorado estaba muy conectado con la empresa y la vida laboral, estuvimos muy conectados con la realidad, con lo que pasaba afuera y me pareció muy valioso y fundamental porque estaban en empresas reales investigando y pasándonos sus experiencias y conocimientos".

Al preguntarle por lo que mas recuerda de la Universidad, esbozó una gran sonrisa, como si la hubiéramos puesto a viajar a esos años de universidad. Le gustaba mucho el tema cultural y la parte de bienestar, quería estar en el grupo de danza, de teatro, la orquesta, el coro... en todo estaba ella.

"Ademas, yo creo que los estudiantes de esta carrera tenemos algo de artistas, porque creamos. Las piezas publicitarias son creaciones, y al estar en los grupos de bienestar, mantenía mi parte creativa muy activa, fue muy bonito haber participado en todos esos grupos que son una extensión de ese crear en nuestro programa académico."



Encuentro de egresados **Udes 2014**

Como todos años, la Universidad hace un reconocimientos a los egresados que se han destacados tanto dentro de la Institución, como en la ciudad y región.

Además se ha convertido en una actividad de integración y cultural.









El programa de Mercadeo y Publicidad este año estuvo representado por Margarita Triana, Coordinadora del programa de Diseño Gráfico de la Fesc, Juan Carlos Quintero Calderón, directivo de Centrales Eléctricas de Norte de Santander y Patricia Yanes, docente del programa de Mercadeo y Publicidad, Udes sede Cúcuta.

"Tienen docentes increíbles. Aprovéchenlos!"

Es Egresada del programa desde el año 2009. Actualmente se desempeña como Coordinadora Académica del programa de Diseño Gráfico en la FESC.

¬n la Fesc comenzó en el 2012, como 🔀 Coordinadora Académica. Dice que el perfil que ellos estaban buscando era un publicista y ahí estaba ella.

En este momento se desempeña en el área de la pedagogía, en la formación de educación superior. "Esa parte no la aprendí en la Universidad, la docencia la recibí aquí en la Fesc, en capacitaciones, charlas, entre otras, pero en la Udes si hicieron de mi una profesional con todos los recursos para desempeñarme en el campo del Mercadeo y la Publicidad".

Nos habló un poco de sus proyectos

"La publicidad es un complemento del



mercadeo porque sin generar estrategias de mercado no habría publicidad. Mi proyecto inicialmente era una Agencia BTL, y aunque es poco lo que ahora se puede hacer, sigue activo".

Manejaba mucho el concepto de comunicación, el BTL, "con el cual ganamos un premio a nivel nacional, que fue una nominación con la Revista PyM por mejor estrategia BTL. Y seguimos creciendo aquí, en la

Margarita Triana

ciudad, dando a conocer cosas nuevas y que la gente todavía no conoce."

Un consejo

A los estudiantes de Mercadeoy Publicidad les aconseja que aprovechen los profesores que tienen, "hoy en día todavía busco a mis profesores. En mis primeros trabajos yo iba y buscaba al profesor Eduardo Villamizar, y pese a que sus clases fueron muy tranquilas ese profesor sabía, aún sabe muchísimo. Aprovéchenlo, cuando estén en el campo laboral se van a dar cuenta lo importante que es".

La profesora Omayra

Un recuerdo que tiene de la universidad son las clases con la profesora Omayra, "sus clases son súper interesantes y además nos exigia al máximo. Mis parciales siempre eran de 5.0 "

Ustedes como estudiantes tienen docentes increíbles. ¡Aprovéchenlos!

Leer, un factor determinante: Andrea Villamizar

nició laboralmente como Coordinadora de Supermercados AlMáximo. Renunció porque la Universidad no le valía ese trabajo como una

Junto con un empresario fundaron el depar-

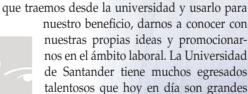
tamento de Mercadeo de Supermercados Los Montes, con las bases académicas y su experiencia en su antiguo trabajo. Hoy en día el supermercado tiene cinco sedes y una estrategia de marketing sobresaliente.

"Me interesó ,mucho desde un principio, el mercadeo y pensaba que yo quería hacer una empresa, más no que-

ría hacer parte de una. Gracias a todos los docentes que me exigieron durante mi carrera fundé mi propia empresa, se llama INME. Actualmente manejamos cuentas muy buenas y reconocidas, y lo mejor de todo esto es que estoy haciendo empresa con algo que aprendí en la UDES."

Dio como consejos y recomendaciones a los

estudiantes de Mercadeo y Publicidad, la creación de empresa por parte de los estudiantes, "sentirse empresario y no ser un empleado más".



empresarios".

"Lean muchos libros de mercadeo, porque si ustedes estudiantes leen,

están a la vanguardia del mercadeo y esto es una herramienta útil para persuadir a sus clientes e incentivarlos a hacer mercadeo en sus empresas, además, leer es un valor agregado y una ventaja competitiva.'

"Deben aprovechar todo ese conocimiento

oto Diego Patiño/MyP Cucuta

Degún Social Media Defined, es el futuro de la comunicacion, un arsenal de herramientas y plataformas basadas en internet que aumentan y mejoran el compartir información. Este nuevo medio hace que la transferencia de textos, fotografías, audio, video e información en general, fluya entre los usuarios e internet.

Pero el Social Media tiene relevancia no solo entre los usuarios regulares de internet, sino en los negocios.

Es una herramienta que en muchos casos nos permite compartir, publicar, buscar y ofrecer empleos, para hacer Networking, dar a conocer una marca o solo hacer algo tan sencillo como lo es chatear e investigar. Pero para una empresa que tenga su propio departamento dedicado a este entorno la usa para vender, ofrecer una mejor atención al cliente, dar información, publicar, dar a conocer nuevos productos y realizar Engagement, que es simplemente la conexión que se genera entre el cliente y una empresa.

Comunicacion 2.0

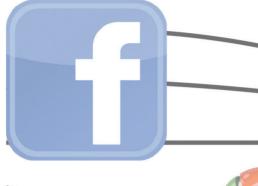
Es un concepto que se acuñó en 2003 y que se refiere al fenómeno social surgido a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en Internet. La esencia de estas herramientas es la posibilidad de interactuar con el resto de los usuarios o aportar contenido que enriquezca la experiencia de navegación.

Y para poder hacer que sea eficaz una estrategia 2.0 se tienen en cuenta muchos pasos. Uno de ellos es identificar los objetivos que busca la empresa, que en muchos casos es el posicionamiento, la reputación, un mayor acercamiento con los usuarios y tener mejores ventas.

Otro paso a seguir es realizar un cuadro de audiencia y la matriz DOFA, que permiten trabajar con un análisis de toda la información que se posee sobre la empresa y le ayuda a examinar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se pueden presentar en esta.

La mejor manera de poder hacer todo funcionar es con una buena gestión de activos digitales, esto se refiere a una buena catalogación, almacenamiento, recuperación y completa distribución de la multimedia y activos de marca, el cual incluye desde documen-





tos word, PDF, imágenes, videos, música y todo el medio digital que maneje la empresa.

Otra parte fundamental que sigue es la definición de la línea editorial o canal, en resumidas cuentas, ayudará a un mejor manejo sobre el portal, claro está siguiendo algunas pautas como lo

- 1. Entender lo que necesitan los usuarios para llegar a escribir sobre las actividades de la empresa. Fácilmente se puede poner en el lugar de los clientes para saber qué relación tiene con la empresa, esto se puede saber realizando agrupaciones de clientes.
- Establecer la línea editorial. Saber qué temáticas se puede hablar y haciéndolo de forma visual, es mejor, creando categorías, determinando la periodisidad y elaborar una normas de estilo.
- Finaliza con el saber quién participará en el portal, la cantidad de personas que vayan a escribir y el tipo de contenidos que se quieran producir. Para esto sería muy bueno tener un calendario editorial que garantiza

una coherencia y calidad del contenido, alineando a las personas involucradas, creando un proceso de gestión y esto permite llevar mejor la cuenta del trabajo hecho.

żSEO, SEM, SMM y SMO?

Son grandes términos que nos ayudan a entender mejor cómo podríamos tener un mejor posi-





l programa de Mercadeo y Publicidad tuvo la fortuna de contar este año con la presencia de Ramón Gaspar, un español con 10 años de experiencia en todo lo relacionado en marketing digital con mucha información orientada en el mercadeo, a la comunicación, a la publicidad, administración de empresas y ahora útlimo al Social Media. Trabajó para empresas del sector salud, automotores, restaurantes y demás. Desde hace poco llegó a Colombia y ahora dice: el entorno ¡ya no es el mismo!

Q Cuál es su percepción sobre el Mercadeo y Publicidad que se realiza en la región?

Sinceramente me sorprendió bastante, ya que cuando llegué, tenía la idea de seguir trabajando en el Social Media y lo he visto complicado, ya que en Cúcuta no hay una penetración importante en el canal digital. Llevo un año viendo cómo está organizado todo, tipos de empresas y el tema en la región de Norte de Santander va muy despacito.

O Piensa que es importante que la gente conozca el tema de Social Media?

Si. Toca ir poco a poco concientizando a las empresas de la importancia, que al final los empresarios se den cuenta de lo económico y sencillo que es el Social Media.

El Social Media es marketing? Sin lugar a duda está muy relacionado al marketing y la publicidad, que busca la orientación al cliente y al final el cliente es parte del mercadeo.

O Qué ventajas tiene el Social Media en las organizaciones?

Es tener claro los objetivos, el rumbo que se quiere en el departamento del Social Media, y de ahí se puede ingresar como canal de aten-

LA REVOLUCIÓN **DEL SOCIAL MEDIA**

You

Foto Patricia Yanes

ción al cliente o solo de informativo, y al final a toda organización le importa el tener informado a sus usuarios

Cual es el punto de partida para aplicar el Social Media?

Saber el enfoque de la empresa e ir identificando al Social Media, pensar en ir planeando en una serie de estrategias hasta llegar a esos objetivos.

👤 El Social Media puede ayudar a que una marca se posicione?

Los medios tradicionales lanzan grandes mensajes al público en general, el Social Media segmenta un poco más el mercado, se cuida más en los mensajes y se obtiene una respuesta casi inmediata.

Cómo se forma un Community Manager?

Que escriba bien, que esté bien informado, que tenga un perfil de comunicador, que esté muy dentro de la organización, con el departamento de marketing y comunicación. Que tenga libertad pero sin improvisar, que sea ágil, y que sea rápido para

cualquier crisis de la empresa Qué relación existe entre el social media y el branding? Se llevan de la mano, porque lo que se quiere es crear marca, con el Social Media se puede estar en los medios y llevar mensajes al usuario y que al final el usuario reconozca la marca. Se debe generar más conexión entre la marca y el usuario y una buena alianza, que al final beneficia a los dos. Noviembre 2014

14

Un Community Manager bastante activo

Y como no se puede quedar atrás, el programa de Mercadeo y Publicidad desde este semestre B2014 cuenta con su propio Community Manager, Boris Morales Bustamante, quien regresó de Argentina a donde viajó a estudiar dentro del Programa de Internacionalización que tiene la Udes.

Es una persona muy activa, que llegó con muchas ideas y proyectos a realizar.

Le preguntamos un poco de la experiencia al ejercer este cargo, que hoy en día es bastante demandado y que puede desempeñarse en cualquier empresa.

"Me siento muy orgulloso de estar realizando la práctica dentro del mismo programa, y el objetivo principal fue el de generar un mayor movimiento de las redes sociales del mismo, lograr una comunicación con los estudiantes y sentido de pertenencia, y además de convertirla en una plataforma para que los talentos y trabajos de los estudiantes y docentes puedan ser vistos por las demás personas y empresarios de la región".



¿Qué es un CM?

Un Community Manager o Social Media Manager es la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet. Esta profesión se perfila dentro de las empresas que descubren que las conversaciones sociales en línea, son cada vez más relevantes y que necesitan un profesional que conozca sobre comunicación en línea, haciendo uso de los nuevos canales de comunicación a través de herramientas sociales.

Debe ser una persona con conocimientos sobre estrategias de comunicación en línea para llegar a la comunidad de manera efectiva. No sólo se requiere de ser un geek conectado todo el tiempo a las redes sociales, en realidad es una profesión emergente que requiere de aptitudes específicas para desarrollar un buen papel.







Por: Daniel Afanador



Hasta el momento la institución cuenta con más de 50 convenios y alianzas internacionales, 4 sedes en el territorio Colombiano (Bucaramanga, Cúcuta, Valledupar y Bogotá), y un convenio con la UDES Panamá, que facilitan la movilidad de estudiantes en doble vía: movilidades entrantes (Incoming) y salientes (outgoing).

internacionalización.

cumple con su objetivo de

Este año, 5 estudiantes de esta sede fueron los seleccionados para poder acceder a la educación en otros países, como China, Argentina y México.



Andrea Contreras Ramírez
París, estudiante de Mercadeo y Publicidad presentó la convocatoria de Movilidad Internacional y fue seleccionada por Cúcuta para estudiar en la Universidad de Buenos Aires, en Argentina. "Mi proceso fue satisfactorio ya que todas las materias me fueron homologadas para el semestre A2015 y poder seguir con la carrera de Marketing y Relaciones Públicas en dicha institución, el cual era algo que quería hace rato", nos dijo.

Los convenios

Alianza del Pacifico

El programa de becas "Plataforma de movilidad estudiantil y académica de la Alianza del Pacífico" establecido por Chile, Colombia, México y Perú tiene por objetivo contribuir a la formación de capital humano avanzado, mediante el otorgamiento de becas de manera recíproca y en términos de igualdad entre los cuatro países, para el intercambio de estudiantes de licenciatura, doctorado y de profesores. Uno de los principales beneficios es la exoneración hasta del 70% de la matrícula en la UDES y la exoneración pago matrículas Universidad destino (Ver condiciones).

Programa MACA

Convenio que permite las movilidades estudiantiles entre universidades argentinas y universidades colombianas.

Los estudiantes que resulten seleccionados no sólo quedarán exonerados del pago de matrículas en las Universidades Argentinas sino que accederán al apoyo de alojamiento y manutención que brindan las Universidades Argentinas.

Cámara de Comercio Colombo-China

A través de una alianza entre la UDES y la Cámara de Comercio e Integración Colombo-China, los estudiantes de últimos semestres de los programas deNegocios Internacionales, Comercio Exterior, Administración Financiera, Mercadeo y Publicidad, Ingeniería Industrial y Contaduría Pública podrán acceder a una pasantía en las sedes de la Cámara de Comercio Colombo China en sus sedes en Bogotá y en las 7 ciudades principales de la China.

Inicio de movilidades

Semestralmente, la Universidad abrirá una convocatoria de movilidad para la aplicación de los estudiantes al semestre inmediatamente siguiente.

Duración movilidades

Generalmente las movilidades se realizan por un semestre académico. En casos excepcionales se aceptará una estadía hasta de dos semestres.

Contacto

Podrá encontrar en la página web: internacional.udes.edu.co, toda la información correspondiente y el Reglamento de Movilidad de la UDES. O en la Dirección de Relaciones Internacionales de la UDES.

James Rodríguez incursionó como empresario

¿Qué contiene?

El objetivo es ser una fuente de energía cotidiana, y no hay mejor imagen que la del gran "crack" colombiano.

Esta nueva bebida que será tan apetecida. "10 Gold", está compuesta por el conocido guaraná, la tan popular cafeína y taurina.

"El tema va enfocado en la actitud que se requiere para vencer los retos diarios", comentó David Pérez, familiar de James y uno de los voceros del producto.

El 10 Gold' tendrá un precio accequible, \$1.900, donde la actitud del 10 está al alcance de todos y parte de las utilidades

serán destinadas a la fundación Colombia Somos Todos que pertenece a James Rodríguez", agregó Pérez.

"Es una nueva etapa y espero que quste"

Sentido social

"La idea es tener una nueva opción en el mercado con sentido social y uso regulado, pues lo que queremos es dar un mensaje de mesura

en el consumo, con un producto que sí funciona, pero tomando lo justo" dijo uno de los familiares de James encargado del proyecto.

"Es idea de él"

"Pienso que James está haciendo empresa. Es una persona joven. Apenas tiene 23 años, pero estamos pensando en el futuro, por eso venimos impulsando este producto '10 Gold' que es de él, idea de él. Como le reitero, estamos tratando de liderar y sacar adelante la fundación", comentó Pilar Rubio.



Pilar Rubio, madre del volante cucuteño Iames Rodríguez, visitó Cúcuta

Otros deportistas empresarios

Muchos jugadores han decidido buscar el éxito también fuera de las canchas, sabiendo que en cualquier momento se acaba su carrera como deportistas. Se destacan:

a principal figura del fútbol colom-

biano, el ganador del botín de oro del

Mundial de Brasil 2014 y del mejor gol

incluido, no podía dejar pasar la oportunidad

y aprovechar su momento para entrar en el

mundo de los negocios. Presentó

en septiembre su producto ofi-

cial, la bebida energizante 10 Gold.

desde el interior de la familia de

James y sus amigos más cercanos

con el fin de proporcionar al mercado una nueva fuente de energía

la 'actitud del 10'.

Es un proyecto generado

para las actividades cotidianas, una bebida

energizante que llevará el valor agregado de

tró contento por su nuevo proyecto, que espera tener el respaldo de todos los colombianos.

En la presentación del producto se mos-

David Beckham: La ex estrella del Manchester United y Real Madrid, aparte del éxito en la publicidad, junto a su esposa Victoria Adams, tienen una marca de ropa y de perfumes, cuenta con varias inversiones y maneja escuelas de futbol en Brasil.

Lionel Messi: El astro ar-

gentino invierte los millones que gana por el futbol y la publicidad principalmente en dos ru bros: el negocio inmobiliario y el gastronómico: es socio con una bodega vinícola distribuyendo "Leo, esencia creadora".

Cristiano Ronaldo: Tiene una discoteca exclusiva en Portugal llamada Seven, una línea de ropa de nombre CR7 y es inversionista de la empresa tecnológica Mobitto, una aplicación de origen portugués.



Soy capaz de unirme a la paz

urante el transcurso de los años se han tratado de implementar distintas campañas que han girado en torno al tema de la paz, pero no han llegado a tener un alto impacto como lo ha hizo la campaña "Soy capaz", logrando unir al sector privado colombiano, y que a través de la Fundación de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, ANDI, lideraron esta iniciativa que buscó dar un ejemplo a la sociedad para que los colombianos asuman su compromiso con la paz.

120 empresas con más de 180 marcas cambiaron sus empaques y los vistieron de blanco. Cada marca se apropió a su manera del mensaje de Soy Capaz creando su propia frase que las identifica. Por ejemplo: Soy capaz de creer, Soy Capaz de escuchar a los demás, Soy Capaz de conectarme contigo, entre muchas otras. El concepto consistió en devolverle el significado a construcción de paz por medio de acciones concretas y cotidianas.

Los principios de la campaña fueron la utilización de la credibilidad de las marcas de consumo masivo para llevar el mensaje a todos los colombianos y el uso de la competencia entre marcas para que trabajen unidas y así convertirse en un ejemplo de reconciliación y trabajo por un bien común.

Soy capaz de alimentar ilusiones.

Leche alimentar ilusiones.

Somos capaces de unirnos por nuestro país.

"Es la primera vez que se hace uso del poder del mercadeo para transmitir un mensaje de construcción de paz para alcanzar un derecho universal"

Soy Capaz

"Soy Capaz quiso comenzar siendo un ejemplo, para después convertirse en un articulador del mensaje y acciones futuras. Será la sociedad y todos sus actores los que asuman esa responsabilidad de cambiar el país. Siendo el inicio de algo mejor para Colombia, donde la sociedad asumirá en conjunto su responsabilidad de cambio", destacó el Presidente de la ANDI, Bruce Mac Master.

En un acto simbólico, el presidente de la ANDI, dejó sus zapatos a un lado, con el fin de crear conciencia de que todos los colombianos deben ser capaces de ponerse en los zapatos del otro y antes de actuar, pensar en las consecuencias que producen cada uno de sus actos. Así mismo, seis representantes de los empresarios, medios de comunicación, artistas, deportistas, líderes religiosos entre otros, entregaron sus zapatos haciendo un llamando a la reconciliación y al perdón.

De dar un paso por la Paz

En Colombia también se RESPIRAPAZ

"Tome aire por la nariz, mantenga la respiración por cuatro segundos y luego exhale suavemente". Estos segundos a veces pueden hacer la diferencia entre el diálogo y la confrontación, incluso entre la vida y la muerte. Por eso ONU Colombia lanzó, a mediados de este año, la campaña RespiraPaz, una iniciativa que busca ayudar a generar en el país una cultura que reconstruya un tejido social que se ha visto afectado por tantos años de conflicto armado.



El trabajo creativo fue de la agencia de publicidad Sancho BBDD, e incluyeron comerciales, una radio novela y un comic para niños y niñas. Estuvo presente en los sistemas de transporte masivo en las principales ciudades y contó con una canción de Bomba Estéreo. Además cines itinerantes recorrieron Norte de Santander, Nariño, Antioquia, Córdoba, Meta y Vichada mostraron a las comunidades la película colombiana "Mateo", haciendo referencia a la paz.

¿Qué tan creativo eres?

odas las personas pueden desarrollar la creatividad. Ser observador, analista, curioso e incansable estudioso por las cosas que acontecen a nuestro alrededor nos ayudará a descubrir lo que se esconde detrás de las apariencias de los hechos, objetos y personas. El resultado será la inspiración, ese momento en que ese archivo mental se abre y surge una gran idea, pero para que se abra, debemos leer mucho o ver muchas películas.

Todo es de costumbre

La mente es un tesoro. Es como una enorme biblioteca que va guardando pasajes de nuestra vida, cosas que vemos, oímos, sentimos, gustamos, olemos y vivimos.

2 Escribe tus metas. Lo que quieres ser y hacer a corto, mediano y largo plazo.

Biscribe siempre. Un block de bolsillo nos servirá de mucho o en su caso un cuaderno y anota todo, no confíes sólo en tu memoria. Hoy en día también puedes usar aplicaciones como Evernote, entre otras para llevar tus notas en tu smartphone, tablet y PC. Almacena ideas.

4 Sé muy observador. Con mucho detalle y aprovéchalo como si fuera la última vez.

5 Exercise 1 Sé muy curioso. Sobre todo con personas, lugares, pinturas y al entablar una conversación debes hacer sentir importante con quien platicas.

Aprende a escuchar. Con ojos y oídos, date cuenta de lo que no fue dicho.

Aprende a comprender. Entiende, comprende y después juzga.

Mantén tu mente abierta. Ante todo siempre ten en luz verde tu mente, no te bloques pensando sólo en tus ideas.

Se positivo y optimista. De esta manera tendremos un panorama diferente y nos ayudará en mucho a realizar nuestros finalidades con mejores resultados.

1 O Piensa. Pero no como comúnmente lo hacemos, escoge un horario y un lugar para pensar todos los días.

Aprende a descubrir tus problemas. Ataca tus problemas con actitudes ordenadas, descubre tu real problema y ve las soluciones, que trabaje tu subconsciente habla con alguien sobre la idea, no la dejes estancar, tu puedes y lo necesitas.

Enfócate en tus objetivos. Visualiza grandes metas, grandes finalidades y enfocate en realizarlas.

idea



Iluestración Héctor Parra

Aprende a cuestionar. Para desarrollar tu cerebro, quién, cuando, dónde, qué, cómo, porqué, cuál, etc.

Pon tus ideas en acción. Una buena idea razonable puesta en acción es mucho mejor que una archivada.

Aprovecha tu tiempo libre. Una gran parte de las grandes obras, libros, canciones, cómics, menciones de todo tipo, han sido creados en el tiempo libre de sus creadores.



Por Andrés Pérez



Ilustración María Fernanda Angarita



Por Yorgerson Bastos



Noviembre 2014 19

El Marketing y las relaciones de pareja: Dos conceptos diferentes con mucho en comun

Aunque parezcan dos conceptos muy distintos, "El Marketing" y "Las Relaciones de Pareja" tienen mucho en común.

Al momento de ligar, todos somos unos vendedores de nosotros mismos. La filosofía general del marketing es la de conocer y responder exactamente a las demandas del mercado para poner en valor nuestro producto.

De este modo el Marketing, más que una técnica de ventas, es una "filosofía" de vida que puede ser aplicable entre muchas cosas a las relaciones de pareja, donde se intenta "conocer" lo mejor posible a los demás presentando "lo mejor" de nosotros.

Así las cuatro políticas básicas del marketing, aplicado a las relaciones de pareja explican mejor esta idea:

Producto: Lo que pretendemos "vender", es decir, nosotros mismos. Y tenemos que dar a conocer nuestras características mas destacables, mejorar nuestra presentación y satisfacer las necesidades del cliente, donde no hay que engañar ni ser lo que no somos, solo resaltar esos aspectos positivos que se tienen al cliente.

2 Distribución: "Estar en el sitio adecuado, en el momento oportuno", es la ley de oro de la política de dis-

tribución. Parte del problema para encontrar pareja que tienen algunas personas, se debe a que no saben donde localizarlos. No hay que limitarse a buscarlos en lugares cercanos, sino ampliar las posibilidades, de esta forma podremos encontrar una media naranja con la cual compartir aficiones de interés mutuo. "El mejor de los objetos nunca

se venderá si permanece guardado en un cajón"

Publicidad: Hacer publicidad

de uno mismo(a) es

fácil. Lo dificil es no

pasarse, para lo

cual es necesario tener autoestima y habilidades sociales.

cular en el mercado implica tener un precio

y este lo establecemos nosotros mismos. El

Precio: El valor de las personas, es incalculable. Sin embargo, el cir-

precio significa que es posible seleccionar a nuestras futuras parejas en función del valor que nos demos. "Un precio correcto es aquel que es alcanzable para las personas que son de nuestro interés, pero que al mismo tiempo nos revaloriza y satisface a nosotros mis-

Dar por seguro a tu pareja: Relacionándolo al marketing, hay que tener claro que no podemos dar por seguros a nuestros clientes. No basta con que sumemos seguidores o clientes, tenemos que estar atentos a sus necesidades y ser constantes en darles un buen trato y cuidar cada detalle de nuestra relación con ellos, al igual que en una relación de pareja.

Dejar de hablar: La comunicación es uno de los pilares fundamentales en la relación entre las marcas y sus clientes y seguidores.

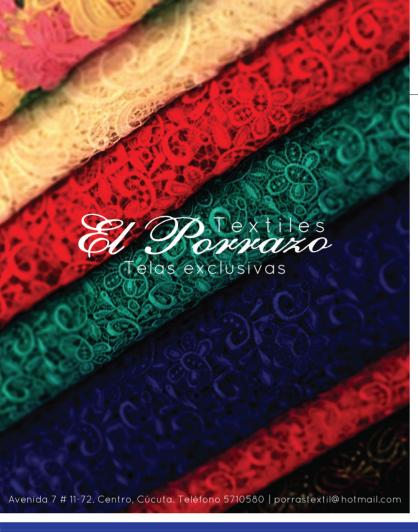


Dejar de escuchar: Una de las claves del éxito tanto en las relaciones de pareja como en el mundo del marketing es no imponer constantemente nuestras ideas sino que tenemos que aprender a escuchar a los otros y modificar esa premisa de "el cliente siempre tiene la ra-

zón" por "el cliente debe ser siempre atendido, escuchado y a ser posible, considerado"

Acabar con el interés: La falta de interés por una de las dos partes es el primer paso para el abandono de la relación. Tenemos que saber entretener y sorprender para que el cliente se sienta parte fundamental de nuestro trabajo.

Olvidar: La falta de atención o dar nuevos privilegios a los clientes o seguidores por encima de los antiguos es un gran error que puede poner fin a una relación.











Visita empresarial a Bogotá

Los estudiantes de Mercadeo y Publicidad efectuaron un viaje a la ciudad de Bogotá, en donde visitaron empresas de diferentes sectores económi-



cos, como: El Tiempo, RCN estudios, Mario Hernández, Agencia Sancho BBDO, parque Mundo Aventura y Revista P&M. Tuvieron la oportunidad de compartir con directivos y personal de las empresas visitadas y conocer más a fondo las áreas de Mercadeo y Publicidad.

Séptima **Feria Universitaria** y visita de Colegios



La semana del 29 de septiembre al 3 de octubre, diferentes colegios visitaron las instalaciones de la Universidad de Santander, sede Cúcuta y conocieron el programa Mercadeo y Publicidad a través de unos talleres, pasando un rato muy divertido y ameno, como se en las imágenes.







Código SNIES 5461Resol. Núm. 8292 del 28 de Junio de 2013

Duración: 10 Semestres

Misión

El Programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander - UDES está comprometido en la formación de profesionales integrales, visionarios y creativos con un alto sentido de competitividad y liderazgo en la generación de alternativas de solución a las demandas en las áreas comercial, ambiental y social.

Visión

En los próximos cinco (5) años el programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander - UDES alcanzará el reconocimiento como líder a nivel nacional en la generación de actividades relacionadas con procesos estratégicos y creativos en los campos comercial, ambiental y social, orientados al servicio de la comunidad empresarial.

Perfil Ocupacional

La misión principal del programa de Mercadeo y Publicidad es formar profesionales integrales para ejercer funciones marketing. Esto llevará al profesional a proyectarse dentro de un ambiente investigativo-científico buscando dentro de la relación funcional la construcción total de la vida humana.

El profesional en Mercadeo y Publicidad será un individuo capacitado en los ambientes científicos, investigativos, de liderazgo y comprometidos con el desarrollo social, esto bajo una visión de superación personal y de desarrollo comercial.

Este profesional estará en capacidad de desempeñarse en los siguientes ámbitos laborales:

- Investigador de Mercados
- Gerente de Producto
- Gerente de Marca
- Gerente de Agencias Publicitarias
- Gerente de Promociones
- Gerente de Distribución y Logística
- Diseñador Publicitario
- Director Creativo Publicitario
- Director de Mercadeo
- Director de Medios
- Gerente de Ventas
- Gerente centrales de Medios
- Estratega de Marketing

¿Qué esperas? Ven, siente, piensa en mercadeo publicidad









CARRERAS PROFESIONALES

CIENCIAS DE LA SALUD

BACTERIOLOGÍA Y LABORATORIO CLÍNICO

TERAPIA OCUPACIONAL

COMUNICACIÓN, ARTE Y DISEÑO

MERCADEO Y PUBLICIDAD

DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

SNIES 53030 R.C. No. 4639 de 13/08/2007 Cúcuta

CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

COMERCIO EXTERIOR

CONTADURÍA PÚBLICA

SNIES 90362 R.C. No. 2082 de 25/03/2010 Cúcuta

FISIOTERAPIA

SNIES 5381 R.C. No. 9861 de 31/07/2013 Cúcuta

ENFERMERÍA

SNIES 52353 R.C. No. 62 de 03/01/2014 Cúcuta

INGENIERÍAS

INGENIERÍA INDUSTRIAL

INGENIERÍA DE SISTEMAS

TECNOLOGÍAS

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

SNIES 53433 R.C. No. 2537 de 25/01/2008 Cúcuta

INSCRIPCIONES ABIERTAS

CONTACTOS

CÚCUTA

Avenida 4 Esquina Calle 10N. Urbanización El Bosque. Tels. 5791008 - 5790311

CONOZCA EL MUNDO UDES EN:



Facebook: Universidad de Santander Cucuta

Twitter: @udescucuta

Instagram: udescucuta1