



MARAVILLOSO MUNDO UDES

Segmentados

— Boletín Investigativo —

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.

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 y Diseño De Páginas

Andrea Ramírez
Daniela Sandoval
Sara Londoño
Paula Gelvez
Karen Buenaño

Sharoom Garcia
Daniel Sierra
Alexandra Marquez
Nelly Ríos
Lizeth Jaimes
Karen Ortiz

EL MARAVILLOSO MUNDO DEL MERCADEO Y LA PUBLICIDAD



**Universidad
de Santander**
Procesamiento Jur. 810 de 130596 Min. Educación
VERGARA MESTRACIONES UDES



EL OCEANO DE LA INVESTIGACION

EL OCEANO DE LA INVESTIGACION

Nos adentramos en las grandes profundidades del océano de la investigación y nos encontramos con dos grandes tiburones con mayor experiencia en el campo de acción; dos de nuestros mejores docentes y magísteres de nuestro programa de mercadeo y publicidad.

En el ecosistema de la investigación encontramos en nuestra universidad a la docente y magister Omaira Mendoza una investigadora de punta que con sus especializaciones y maestrías ha complementado ese sentimiento y deseo innato por la investigación.

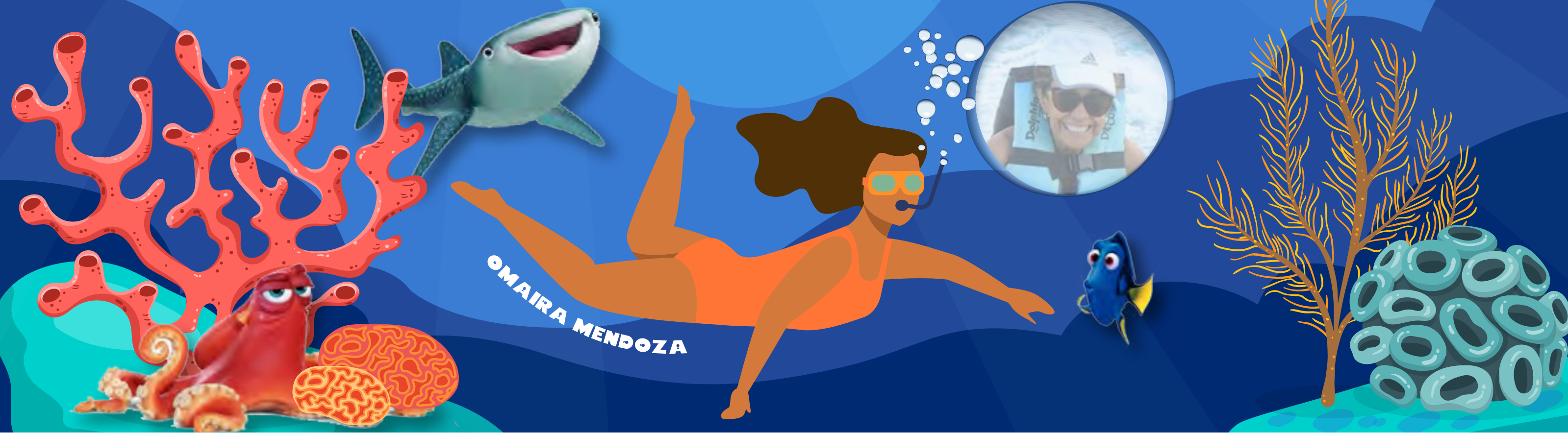
Durante este periodo 2020B hemos seguido con la contingencia global por lo que el proceso investigativo y la adaptación a la nueva normalidad ha influido en cada aspecto de esta.

¿COMO SE HA ADAPTADO PARA CONTINUAR SUS INVESTIGACIONES DURANTE ESTA CONTINGENCIA?

para la docente Omaira Mendoza este proceso de adaptación no fue fácil desde un principio más sin embargo con la aplicación de las nuevas tecnologías ha logrado dar un paso más allá en la implementación de las nuevas tics en este proceso.

¿QUE PROYECTOS HA ESTADO REALIZANDO DURANTE ESTE PERIODO?

La docente y magister Omaira mendoza, nos comparte que ha estado trabajando en investigaciones muy importantes, pues gracias a esta logrará dar un paso my grande en este campo y tener un gran reconocimiento por su trabajo. se trata de la publicación de una de sus investigaciones en un libro, un gran logro para la docente junto con el profesor José Cáceres autores del capítulo del libro resultado de investigación: Tendencias contemporáneas influyentes en la mediación entre empresa y medio ambiente incluido en libro la reinvencción, desafíos en educación empresa y sociedad de la colección científica educación, empresa y sociedad.



EL OCEANO DE LA INVESTIGACION

En nuestra universidad contamos con otro gran tiburón de la investigación, el docente José Cáceres con más de 10 años educando a profesionales en mercadeo y publicidad

¿EN QUE PROYECTOS ANDA TRABAJANDO DURANTE ESTA PANDEMIA?

Principalmente el docente ha estado trabando en el desarrollo de un nuevo pensum para los estudiantes de Mercadeo y Publicidad, de manera que queden más preparados para el mundo laboral desechando algunas materias y añadiendo nuevas para su pronta implementación

¿COMO SE HA ADAPTADO EN ESTA CONTINGENCIA?

El docente José Cáceres desde el periodo 2020A ha estado trabajando con la implementación de las nuevas tecnologías, TICS que lo han ayudado en sus procesos investigativos, encontrando así mayores fuentes de información ampliando los datos a tratar en estas mismas

PROPUESTA VE A TRAVES DE UN PROCESO DE GESTION ESTRATEGICA ENFOCADO A FORTALECER EL RELACIONAMIENTO CON EL MEDIO EXTERNO"

Por el momento el profesor José Cáceres se encuentra junto con la ingeniera Amanda Becerra en la elaboración de un estudio titulado "propuesta ve a través de un proceso de gestión estratégica enfocado a fortalecer el relacionamiento con el medio externo" cuyo objetivo es identificar e implementar estrategias pedagógicas que ayuden al programa en en el relacionamiento con el entorno o sector productivo e institucional; este proyecto da apoyo a la docencia y al programa buscando generar el ambiente propicio para lo estudiantes en su desempeño profesional y empresarial; este estudio cuenta con el acompañamiento de dos estudiantes de nuestro programa; Gabriela Peñaranda y William Picón quienes realizan parte de su proyecto de grado mediante la ejecución de algunos objetivos de este estudio.



EL OCEANO DE LA INVESTIGACION

PROYECTO BARI

Investigación, Innovación, Creación Artística y Cultural

Este proyecto está a cargo por uno de los maestros con más años en nuestra universidad, el docente Eduardo Villamizar junto con la compañía de la docente Yari Villamizar.

¿EN QUE CONSISTE ESTE PROYECTO?

Es una propuesta del Programa de Mercadeo y Publicidad adscrito a la Universidad de Santander, Campus Cúcuta, que tiene como objetivo divulgar los productos de Innovación, Investigación y Creación en el campo de la Cultura, el Arte, el Diseño y la Publicidad, como también, fomentar la participación y la interacción del entorno en estos campos; permitir el acceso y conocimiento de la comunidad académica y públicos con los cuales se quiere comunicar el Programa; concientizar y sensibilizar a la comunidad académica sobre la cultura de innovación, la investigación, la creación artística, así como también la necesidad de cultivar la creatividad y principalmente facilitar y crear espacios de encuentro e interacción con el entorno cuyo mensaje es "toda una experiencia" teniendo como promesa básica que el público asistente viva una experiencia única, la cual podrán comparar con la experiencia vivenciada en otros eventos.

se plantea el diseño de actividades que favorezcan la construcción de la cultura corporativa como autópista para la comunicación de los valores corporativos a través del Programa, el cual, va dirigido a todas las edades de la Comunidad Educativa del Campus Cúcuta de la Universidad de Santander, en un total aproximado de 3000 personas.

Este evento que da soporte al Proyecto Barí, es denominado, Encuentro de Investigación, Innovación, Creación Artística y Publicitaria "Ñangardú" y está orientado a gestionar, difundir e incentivar el conocimiento y la generación de productos de innovación, investigación y creatividad en el dintorno y entorno del Programa e igualmente, permitir el acceso al conocimiento del patrimonio cultural local, regional y nacional, buscando generar una experiencia e impacto positivo en la comunidad y estimular el emprendimiento de alto impacto

¿QUE PLANTEA ESTE PROYECTO?

de acuerdo a lo expuesto a los conceptos e ideas de La Economía Naranja, que tiene sus antecedentes en la Economía Creativa, concepto desarrollado por John Howkins, autor del libro "La economía creativa: transformar una idea en beneficios" publicado en 2001, que comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual de campos profesionales como la arquitectura, las artes visuales y escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, editorial, la investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos.

EDUARDO VILLAMIZAR

YARI VILLAMIZAR





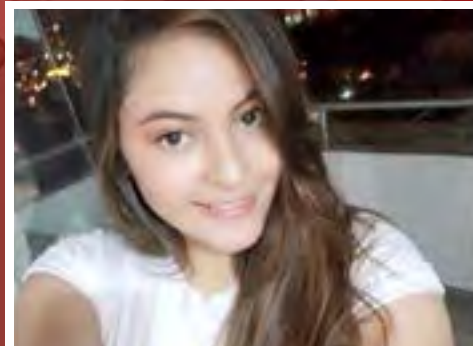
PROYECTOS DE GRADO

YA SE QUE HAREMOS HOY

MODELO DE NEGOCIO PARA LA MARCA DE ROPA MERLOT

¿CUAL FUE EL PUNTO DE PARTIDA PARA DESARROLLAR EL PROYECTO?

Mas que realizar un proyecto de grado, solo por cumplir un requisito para poderme graduar, quise aplicar todo lo aprendido a lo largo de la carrera, para crear de la mano con ella mi proyecto de vida, y es de esta manera como nace la idea de crear una empresa con una nueva marca de ropa con algunos factores innovadores, buscando comenzar a formar las bases de mi futuro profesional, e invertir mi tiempo de manera productiva en algo que no solo va a quedar escrito, si no en algo que busca hacerse realidad.



Maily Alejandra Jaimes Chaustre

¿DE QUE TRATA EL PROYECTO?

Este proyecto trata de la elaboración de un modelo de negocio para la empresa de ropa llamada MERLOT, la cual será una marca de ropa personalizada para mujeres, con apliques, bordados, pedrería y una gran variedad de técnicas de confección hechas 100% a mano, ésta marca busca innovar y por esta razón contará con un simulador web que le permitirá a los clientes diseñar sus propios modelos y

estilos, creando de esta manera prendas totalmente únicas y exclusivas, a su vez también podrán encontrar diferentes colecciones, la confección de estas prendas serán realizadas por madres cabeza de hogar, factor que le agrega una característica especial a la marca.



¿Cómo fue el proceso para desarrollar el proyecto?

Lo mas complejo es crear el tema central del proyecto y empezar a redactar, pero una vez se tengan claras las ideas, las cosas empiezan a fluir. A través del desarrollo del proyecto de grado busque no solo darme cuenta, sino también poder demostrar que no solo era una idea de negocio, si no que de igual forma es un emprendimiento viable y factible.

¿Se le presentaron dificultades en el desarrollo del proyecto?

Si, en un principio se quería realizar el proyecto para la UDES y simultáneamente con el SENA, para aplicar al fondo emprender, y obtener el financiamiento necesario para la creación de la empresa, pero debido a la pandemia que vivimos actualmente esto no se pudo realizar, ya que el SENA congeló estas actividades por un tiempo y se realizaron cambios en la metodología para la aplicación del fondo emprende. Por otro lado, para nadie es un secreto que a través del desarrollo de un proyecto de grado vamos a tener una gran cantidad de dudas, pero gracias a nuestra coordinadora, tenemos un equipo de profesores increíbles que siempre van a estar ahí para ayudarnos, guiarnos y resolver nuestras inquietudes, así que nunca duden en preguntar; por otra parte, también es importante armarse de paciencia y leer mucho.

¿Qué aprendizaje le dejó este proyecto?

Descubrí que me gusta y que camino quiero escoger, ya que mercadeo y publicidad es una carrera que nos ofrece una variedad de campos y áreas, por los que nos podemos encaminar.



Aprendí a confiar en mi misma, dejar volar la imaginación un rato, creer en mis ideas y capacidades, en que con empeño y dedicación se pueden lograr grandes cosas, que todo es cuestión de actitud.



*Tu Proyecto de Vida
Inscribete ahora*



TEL: 579 1008
Cel: +57 316 875 8691
Horario de atención:
lunes a viernes de 8 a-m a 12m
y de 2:00 p.m. a 7:00 p.m.



DIPLOMADO

TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

DIPLOMADO

TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

OPORTUNIDAD



Este diplomado les dió a los estudiantes de MyP la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y tener listo su proceso de grado.

El programa académico de Mercadeo y Publicidad lanzó un diplomado acerca de transformación digital e inteligencia artificial, donde solo estuvo disponible este semestre 2020B ya que no está dentro de la modalidad de grado de la universidad

TEMAS



Está enfocado en **MACHINE LEARNING, INTELIGENCIA ARTIFICIAL, CULTURA DIGITAL, MARKETING DIGITAL** y cómo se puede aplicar la tecnología a un negocio para llevarlo a una **TRANSFORMACIÓN DIGITAL**



¿CUANDO SE REALIZÓ?

A partir del 24 de Octubre y hasta el 12 de Diciembre, los estudiantes de MyP realizan el diplomado todos los sabados de 7 am a 1 pm

MODALIDAD VIRTUAL



DOCENTES



Expertos y especializados en el tema de transformación digital, **ALFREDO DÍAZ, DINO RODRIGUEZ, JUAN PABLO PIMIENTO Y ADOLFO SEGURA MOYA**, serán los encargados de apoyar estos conocimientos con el fin de enfocarlos en el marketing.

ESTUDIANTES



Se ha podido observar el interés y la participación de los estudiantes por el diplomado, se sienten **MOTIVADOS** y se **EMOCIONAN** por las clases ya que tratan temas importantes e interesantes para su formación académica.

EXPERIENCIAS



Es un diplomado pensado en la experiencia de usuario aplicada a una estrategia digital con el fin de transformar las empresas y ofrecer un valor agregado a los clientes.

Los ejercicios realizados son aplicados a casos reales, lo que permite una mayor comprensión de los conocimientos.



The background image is a composite of two scenes. The upper portion shows a wide view of a city at night, featuring a large suspension bridge with illuminated cables and towers. The city skyline is filled with various buildings, some with unique architectural features like pagoda-like roofs. The lower portion shows a street-level view looking down a road lined with buildings. The buildings are covered in numerous colorful neon signs and advertisements, creating a dense and lively urban atmosphere. The overall color palette is dominated by the blues and purples of the night sky, contrasted with the warm yellows and oranges of the city lights.

PASANTÍAS

UN HÉROE EN PASANTÍAS

¿En qué empresa presentó las pasantías?

En Cerámica Italia S.A.

¿Qué puesto tenías en esta empresa?

Pasante en Desarrollo Organizacional.

**¿Como lograste que cerámica Italia te diera esta oportunidad?
¿Te proyectabas trabajando en esta empresa?**

De hecho, no me proyectaba en esa empresa, ya que apenas llegó la solicitud a la coordinación directamente me recomendaron para esta.

¿Tenía relación lo que ejercías en el trabajo con lo que estudias?

Siendo muy estrictos, podríamos decir que no tiene relación por qué consistía en ajustar presentaciones, pero reflexionando un poco se aplican principios del diseño y estos se aprenden en la carrera, dando lugar a una relación con el trabajo.



CONOCE A EL HÉROE:

Soy Jhon Alberto Becerra Polo, Mercadólogo y Publicista; con experiencia en el desarrollo de conceptos y diseño audiovisual, siempre experimentando formas de optimizar y aumentar la efectividad del trabajo a realizar, habilidades adquiridas durante el período de tiempo que estuve en el área de desarrollo organizacional de Cerámica Italia S.A.

¿En el momento de realizar los trabajos en la empresa te sentías con las capacidades y conocimientos necesarios?

Tenía lo más básico y ahí adelante la experiencia ayudaba a que fuera cada vez más fácil realizar mis funciones.

¿Que tanto nos puede brindar la experiencia de pasantías a nosotros como profesionales?

Experiencia en el trabajo en equipo y ayuda a hacer que el estudiante sea más eficiente en el desarrollo de su profesión.

**¿Qué tan diferente es la experiencia de pasantías con estos tiempos de pandemia?
¿Si hay un cambio, sientes que este afecta en tu procesó como profesional?**

Es difícil, pero en un campo laborar real debes hacer tú trabajo igualmente, yo creo que la pandemia nos dio más experiencia que en una situación normal.

UN GRAN HÉROE



UN HÉROE EN PASANTÍAS

Siga estas recomendaciones para aprovechar al máximo sus prácticas:

Súper Recomendaciones

- Al iniciar su práctica siempre diagnostique las condiciones de la empresa.

- Debe dejar muy en claro su posición y a que se dedicará en la empresa.

- Procure llevar al día el contenido documental que le exige la universidad para evitar mal entendidos con la empresa.

- Adaptarse a las condiciones de la empresa es fundamental, eso incluye herramientas de trabajo.



Consejos de un pasante ...

①

Sea tan flexible como le sea posible.



②

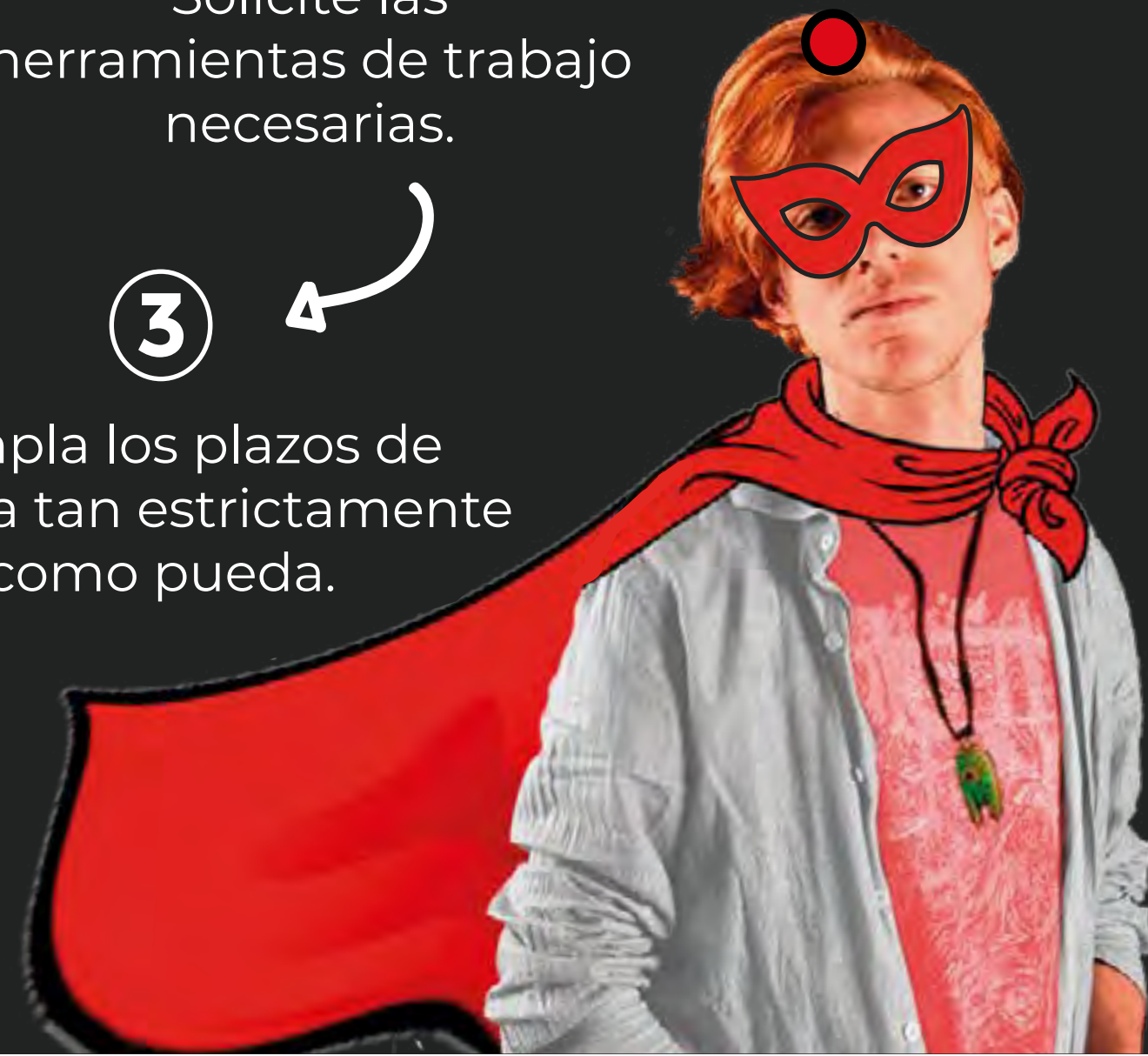
Solicite las herramientas de trabajo necesarias.



③

Cumpla los plazos de entrega tan estrictamente como pueda.

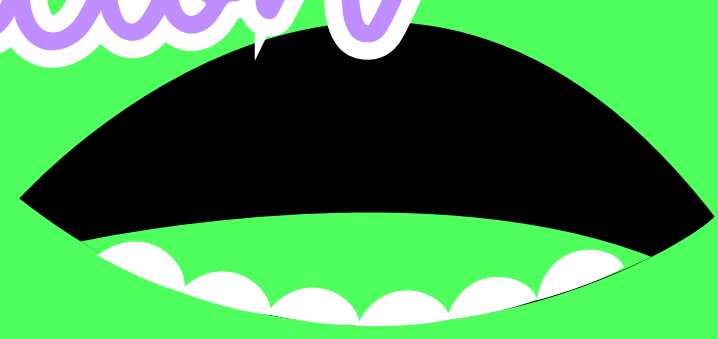
**UN GRAN
HÉROE**





SEMIILLEROS

de investigación






UDES SEMILLEROS

OMAIRA MENDOZA
“LA PROFESORA”

SUSTO: Cuando me pidieron ser la tutora del semillero de investigación, sólo habían 2 estudiantes inscritos, pensé que el semillero jamás progresaría, fue una tarea ardua el empezar a involucrar a los estudiantes, pero hoy por hoy me doy cuenta que cada esfuerzo ha valido la pena, somos un gran grupo del que me siento orgullosa.




UDES SEMILLEROS

LAURA CORTÉS
“LA CAUTIVADORA”

SUSTO: Yo era la encargada de llevar las encuestas que se realizaron como parte de la investigación a un proyecto, al terminar la ponencia tenía que traerlas de vuelta para hacer ajustes en los resultados y para mi mala suerte se perdieron durante el camino.




UDES SEMILLEROS

SEBASTIÁN JARAMILLO
“EL AMIGABLE”

SUSTO: Era mi primera vez participando en una ponencia, tenía tantos nervios que expuse todo el tiempo sentado y no me di cuenta, todos se quedaron mirándome incluidos los jurados esperando que me pusiera de pie y yo seguía sin entender fue el peor susto de mi vida, sin embargo ellos entendieron mi posición y me felicitaron aún así por mi buena presentación.




UDES SEMILLEROS

PAULA GELVEZ
“LA DIVERTIDA”

SUSTO: Era mi primer semestre en el semillero y la profesora le pidió a los nuevos estudiantes que fueran ayudantes de los proyectos que tenían que presentar ponencia, así que la profe me puso junto a una compañera la cual debía presentarse en una convocatoria local pero ella no pudo exponer y por ende me tocó a mi exponer.

UDES SEMILLEROS

DIEGO KOGSON
“EL MACHO”

SUSTO: El semestre pasado postulé un proyecto, y en los resultados indicaban que el proyecto no logró pasar, y faltando unas horas para la exposición nos enteramos que el proyecto si había clasificado, sentí muchos nervios en ese momento.

SUSTOS

que dan gusto



MEDIDOR DE SUSTOS

Clasifícalos de 1 a 10




UDES SEMILLEROS

LILI RIVERA
“LA NERVIOSA”

SUSTO: Era mi primera vez en semillero y fue la primera vez que expuse también, y mi compañera era la que más sabía del tema, pero nos hicieron una pregunta y nos quedamos en shock. Creo que fueron segundos llenos de nervios. Después la profe me abrió los ojos y reaccioné de alguna forma, tenía el corazón a mil pero aún así logré responder bien sobre un tema del cual no conocía casi.




UDES SEMILLEROS





UDES SEMILLEROS

JHON BECERRA
“EL INTELECTUAL”

SUSTO: En trabajo de campo, cuando investigábamos las tendencias medioambientales de los estudiantes para uno de los proyectos del semillero, habíamos terminado de realizar las encuestas en las diferentes instituciones y al momento de revisar los datos nos dimos cuenta que se habían realizado mal por lo menos 30 encuestas.

RAWR



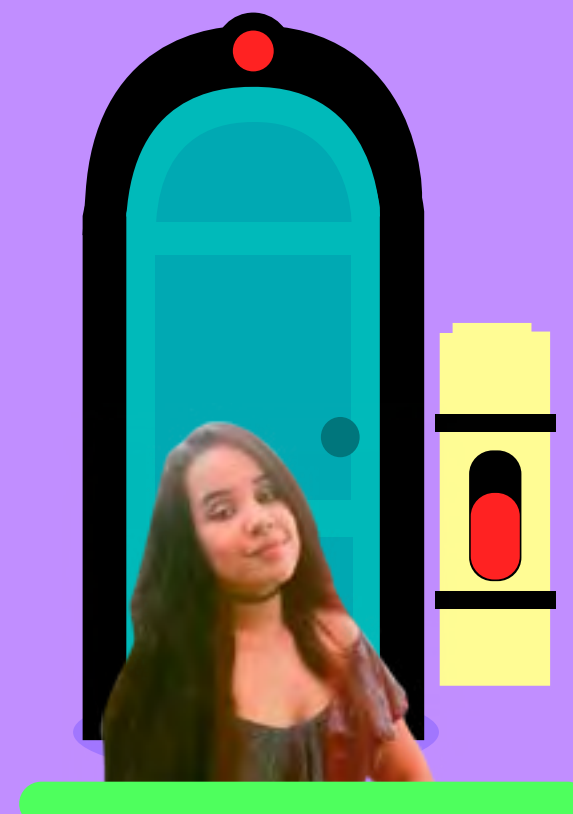
Identificación de prácticas medioambientales de los jóvenes universitarios de la ciudad de Cúcuta con miras a la culturalización y sensibilización desde la gestión del marketing ambiental.

Lili Rivera
Sebastian Jaramillo



Estrategia de comunicación para mitigar el estado de depresión y ansiedad como consecuencias de la pandemia en los jóvenes de la ciudad de Cúcuta.

Diego Kogson
Salomé Moreno



Identificación de aspectos diferenciales de la ciudad de Cúcuta para la creación de estrategias de Marketing y Publicidad

Sebastian Jaramillo
Maria Camila Cárdenas



Identificación de los hábitos de compra generados por el covid-19 en los habitantes de Cúcuta, como soporte al diseño de estrategias de Marketing y Publicidad.

Jhon Montañez
Alejandra Harfouche

PUERTAS

de los sustoproyectos

iBoo!

Mr Monster

Expectativas



**Jhon Anderson
Montañez Hernandez**

16 años

1 semestre en el semillero

“Espero poder aprender a investigar así como aprender a aplicar mis conocimientos previos de investigación, también espero encontrar un espacio en el cual pueda aprender de manera diferente”



**Maria Camila
Cárdenas**

21 años

1 semestre en el semillero

“Espero obtener experiencia que me aporte conocimiento en el área de investigación y generar el desglose de distintos temas que están a la espera de ser investigados en el mercado”



**Alejandra Eugenia
Harfouche Salas**

24 años

1 semestre en el semillero

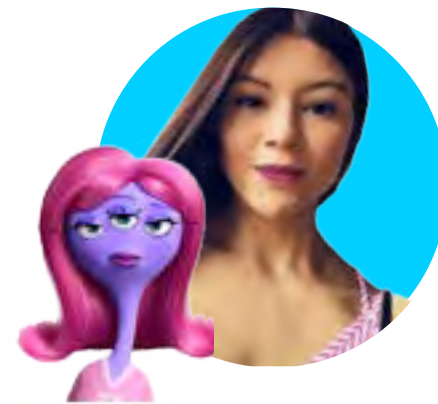
“Espero poder tener un elemento en mi hoja de vida, adquirir experiencia en investigaciones y exposiciones que me distingan de la competencia”



Andrea García:
“El semillero es una familia, un lugar para aprender de forma diferente”.



Harold Sanguino
“El semillero siempre pone tu talento, tus capacidades, tu imaginación y sobretodo tu presión al límite”



Laura Cortés:
Omaira nos dice “No hay que llorar sobre la leche derramada”, Tenemos que aprender de nuestros errores.



Salomé Moreno
“La profe nos recalca siempre que el semillero es un rato para pasarla bien al mismo tiempo que aprendemos”



Daniela Sandoval
“He aprendido a trabajar en equipo y a confiar más en mi misma”.



Lili Rivera:
Omaira siempre nos dice: “No se les olvide que ya están grandes, ya son profesionales y tienen que comportarse como tal”.





¿Cuándo inició el proyecto?

El semilleros PRODUCTIVOS fué formalizado ante la Vicerrectoria de Investigaciones de la UDES en el primer semestre de 2020.

¿Cuántos estudiantes lleva a cargo?

Conformado por un grupo de 12 estudiantes de Mercadeo y publicidad de distintos semestres. En primer lugar se abrió una convocatoria abierta para estudiantes interesados. se inscribieron 25 estudiantes de los cuales se seleccionaron 12 teniendo en cuenta la respuesta que dieron a una invitación de induccion.sobre el programa de Semilleros.



PRODUCTIVOS

Docente José Cáceres

¿Qué finalidad tiene este semillero?

La finalidad de este Semillero es fortalecer la vinculacion del Programa con el sector productivo de la región a través de acciones de asistencia tecnica y proyectos de investigación aplicados a los distintos sectores estrategicos de la economia regional lo cual permitirá aportar a la competitividad de las empresas y simultaneamente contribuir a la formacion de los estudiantes en la medida que tendran la oportunidad de reconocer la situacion del medio externo y tener experiencias directas de contacto con el entorno.

¿Qué diferencia hay entre este semillero y el semillero exploradores?

Las acciones de este semillero estan alineadas a un proyecto que estoy realizando con la Ingeniera Amanda Berra que busca igualmente apoyar las acciones formativas del programa a través de la implementacion de estrategias que favorecen el relacionamiento con el medio.

PIENSA, CREA,
SUEÑA y APRÉVEYTE
- WALT DISNEY



¡INSCRIPCIONES
ABIERTAS!



ESTUDIA
MERCADEO Y
PUBLICIDAD





M&P
Mercadeo y Publicidad
UDES Cárcula