

UN VAJE AL PASADO



LA PUBLICIDAD
EN EL TIEMPO

Segmentados

Boletín Investigativo / M&P

¿Qué es el boletín?

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

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

segmentados
Boletín Investigativo / M&P

Rectora Universidad de Santander UDES Cúcuta
Carmen Elisa Araque Pérez

Coodinadora Mercadeo y Publicidad
Ing, Amanda Becerra

Directora del boletín
Edna Margarita Malagon Arenas

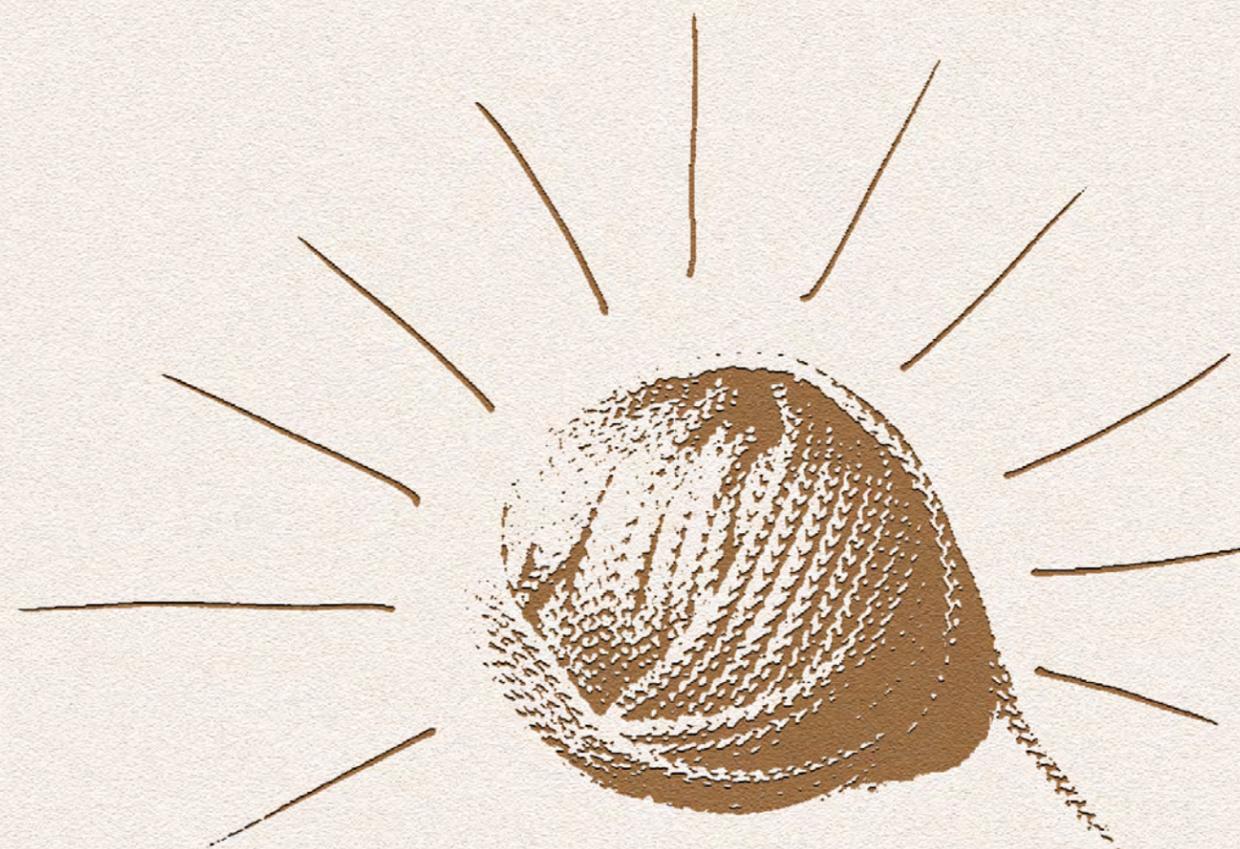
Material Interno Boletín
Diseño De Páginas

Angarita Suescun Maria Fernanda
Bueno Diego Alejandro Cardenas
Sierra Brenda Fabiana
Echeverri Diaz Santiago
Galvis Duran Juan Carlos
Moreno Rubio Gerson David
Omaña Mendoza Mario Antonio
Serrano Martinez Maria Jose

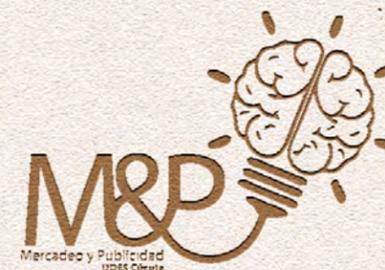
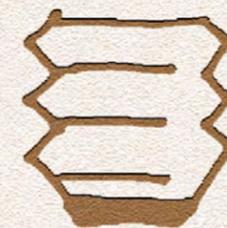


Universidad de Santander
UDES

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



DONDE LLEVAMOS
LAS GRANDES IDEAS



Docentes Investigadores

OMAIRA MENDOZA

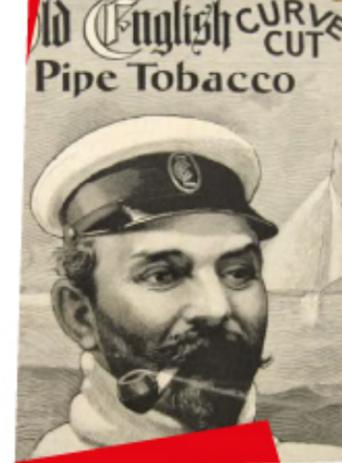
En la actualidad estamos trabajando en la medición de variables del mercadeo y de medios publicitarios que generan un gran impacto económico y social en la zona de frontera de Cúcuta como soporte al diseño de planes de mejoramiento. El primero: La emisora FM de caracol radio por cuestiones de privacidad y políticas no podemos dar nombre. Segundo: apoyo de estudiante a trabajo de grado con un plan de medios de mejoramiento en empresas regionales. La tercera: La de investigación de medición variables y problemas a la empresa Comecarnes de la ciudad de Cúcuta derivados del proyecto de investigación mercadológica la cual se realiza actualmente en la revista la O del diario la Opinión.

CONSULTORA: OMAIRA MENDOZA

COINVESTIGADORES: ESTUDIANTES DE MERCADEO Y PUBLICIDAD SEXTO SEMESTRE

Destacó el trabajo realizado con semilleros investigativos en el cual implementamos un nuevo proyecto macro. Llamado la logística inversa en las empresas, identificación de modelos de logística inversa para detectar que sea aplicable a la región. Denominados eco-empaques papel semilla cero-papel, la creación inicia con lluvia de ideas importantes para la ejecución y realización de derivados ejemplos mundiales para la implementación, aplicación y adaptación a nivel regional siendo usados en la ciudad. El principal foco sin dejar de lado las demás investigaciones claramente está. Es el artículo de investigación de la logística inversa el cual realizo en todos los aspectos edición redacción y ejecución es la evolución el desarrollo y la utilización, que se le puede dar a las empresas departamentales desde una gestión de mercadeo y publicidad. Por los estudiantes a mencionar Eliana alba Fernández, Yelitza Duque quintero, Jessica caballero Santos, Henry Andrés Botello, Jon Alberto becerra, Andrea García parada, Laura Gabriela peñaranda, Grey Hurtado C, Luisa Guerrero López, Thalía Galvis Guarnizo, Kathy Guio Soto, Leidy Andrea Serrano, Juan Sebastián Jaramillo, Carlos Garavito Parada, Diego Moreno.

INVESTIGADORES: SEMILLERO INVESTIGATIVO



JOSÉ CACERES

El papel que juega la investigación en el programa de mercadeo y publicidad.

En estos momentos me encuentro realizando un artículo titulado "Marcas Registradas, estructura del tejido empresarial y competitividad de Norte de Santander" - un título un poco largo le dijimos. Aunque será publicado en la revista de desarrollo general de la Universidad Simón Bolívar de Barranquilla en este primer semestre del año.

Otro proyecto investigativo es el diseño de un modelo de evaluación competitiva del sector industrial del calzado y la manufactura del cuero en el área metropolitana de Cúcuta donde actualmente realizamos la etapa de recolección de la información aplicando distintas técnicas una de ellas una entrevista a profundidad, un focus group esto con el fin de tener contacto y la mayor claridad posible a la hora de la comunicación mutua entre las partes. Cabe resaltar de mas este importante sector industrial de la economía regional realizado mancomunadamente y en coordinación con ACICAM (asociación colombiana industrial en calzado y manufactura de cuero).

La investigación es el modo mediante el cual el ser humano puede aprender algo nuevo o algo que desconocía y es por eso que termina resultando importante y central en la vida humana ya que asegura que el conocimiento es infinito, así como también el aprendizaje y la disposición que hagamos de aquello nuevo que aprendemos. La investigación puede darse en un sinfín de formas, algunas más formales que otras, algunas más conscientes que otras, pero es parte vital de nuestra vida como seres que podemos aprender.

INVESTIGADOR: JOSE ASCENCION CACERES CABALLERO
COINVESTIGADORA: SANDRA QUINTERO



Informe

Busca y analiza nuevas oportunidades de negocios dentro del mercado:

Una vez más a manera de ejemplo, digamos que actualmente los dentistas compran muchos accesorios mientras que los optometristas apenas están descubriendo que los accesorios les podrían ahorrar dinero. El mercado de los dentistas tal vez este un poco saturado de accesorios ahora, mientras que el mercado de optometristas no está explotado. Al cambiar tu mercado meta al de los optometristas, tal vez perderás participación de mercado en el de dentistas, pero obtendrás la oportunidad de ser prácticamente el dueño del mercado de optometristas.

Haz que tu mercadotecnia tenga doble propósito:

Tradicionalmente, la mercadotecnia ha sido enfocada principalmente para ventas inmediatas o posicionamiento de marca. Un anuncio de shampoo está planeado para que la gente compre una botella en su próxima visita al supermercado. Esto se llama publicidad orientada a las ventas. La publicidad de posicionamiento de marca se lleva a cabo para reforzar la imagen de la compañía en el mercado, así como la del producto, para mejorar la percepción. Para ahorrar en costos, asegúrate de que la mercadotecnia y publicidad que llevas a cabo estén orientadas tanto al posicionamiento de marca como a las ventas. Esto puede ser algo complejo de hacer, pero no imposible.



Universidad de Santander

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

UDES



Sé un profesional Elige estudiar en la UDES

Campus Universitario Urbanización El Bosque,
Avenida 4 10N-61 Cúcuta.
PBX 57-7-5791008 :: 57-7-5790311



70s PASANTIAS

En las pasantías se hace fundamental capacitar al alumno con habilidades, destrezas y actitudes de tal manera que reconozcan las necesidades y oportunidades del mercado, logrando ser un intermediario con el cliente, planteando estrategias de mercadeo, comunicación, diseño y publicidad con el propósito de evidenciar sus características en el medio donde se encuentran las personas a quienes se dirigen.

Por lo anterior se determina la creación de INSIDE, espacio que le permita al estudiante en formación interactuar con el medio externo, donde aplique los conocimientos adquiridos logrando así mayor dominio y aprendizaje, siendo un centro de práctica donde todos los estudiantes que estén en procesos de pasantía o proyectos de grado, tengan la oportunidad de ser dirigidos por el grupo de profesionales del Programa, que estarán a cargo de cada una de las áreas y Centro de Extensión.

Somos la agencia del Programa de Mercadeo Y Publicidad, escenario de Práctica y articulación, orientados por los profesionales competentes del Programa, que cuentan con la capacidad de construir propuestas creativas e innovadoras.



MERCADEO Y PUBLICIDAD
UDES - CÚCUTA

Cuentas Activas

BY LOKO NEW YORK CÚCUTA

- Diseño y ejecución de estrategia de marketing digital
- Respuesta rápida y seguimiento a tráfico en fan page.

CORPOMODA

(Corporación de Industriales de la Moda de Norte de Santander)

- Diseño y ejecución de estrategia de marketing digital
- Rediseño de imagen corporativa
- Creación de fan page en la plataforma de Facebook que sirva de canal de comunicación constante con el público objetivo y aliados a la Corporación de Industriales de la Moda de Norte de Santander, CORPOMODA.

- Creación de perfiles en las plataformas de RRSS
- Respuesta rápida y seguimiento a tráfico en fan page
- Análisis de data con software de inteligencia artificial SmartBeemo.

INSIDE
es el lugar ideal para realizar las pasantías, para aprender mucho más en el medio en que estamos, una oportunidad para explorar y mostrar nuestros conocimientos adquiridos durante la carrera y así poder tener una nueva experiencia, única de la mano con clientes reales y desarrollándonos en el día a día de un Mercadólogo y Publicista.

Pablo Castañeda.

CONTACTO:

Jessica Sayago: Ejecutiva de Cuentas

Pablo Castañeda: Creativo

-Encargado de crear ideas para la ejecución de campañas y estrategias demandada por la empresas de la ciudad de Cúcuta-.
Edificio Motilón B402



PROYECTOS DE GRADO



“elaboramos este manual porque es comun encontrar emprendedores leyendo empiricamente y aprendiendo de forma autodidacta, teorías enredadas sobre la forma en que se pueden desarrollar su idea de negocio”

UN DUO PERFECTO

Angélica María Hernández y Jesús Andrés Pérez estudiantes del programa de mercadeo y publicidad de la universidad de Santander están próximos a graduarse y culminar con excelentes resultados el proceso de formación profesional demostrando una vez más el sello de calidad MYP que los respalda.

Como todos en la vida universitaria es de gran importancia evaluar los conocimientos y es por eso que normalmente los estudiantes desarrollan proyectos para exponer de manera real lo que se ha aprendido en la carrera.

Bajo la dirección del profesor José Asunción Cáceres Caballero el dúo perfecto desarrollo un manual de mercadeo y publicidad orientado al desarrollo de una idea de negocio para los emprendedores de la ciudad de Cúcuta.

Durante este proceso contaron con el apoyo de nueve emprendedores exitosos de la ciudad de Cúcuta (Que se reservan sus nombres) y además el refuerzo teórico de autores claves de la industria del mercadeo y publicidad, tales como Philip Kotler, David Ogilvy y McCarthy logrando así generar la experticia pertinente para la creación de este manual. En su contenido recalcan la importancia de ser emprendedor en una ciudad como la nuestra y que la clave está en trabajar con pasión por lo que se ama.



Cabe mencionar que este proyecto de grado obtuvo una calificación de 5.0 lo cual lo convierte en trabajo de grado LAUREADO.

Se considera LAUREADO ya que el manual creado da un gran nuevo aporte al conocimiento de la ciencia y la tecnología dentro de la solución de problemas de la comunidad. A los autores se le hará público reconocimiento y distinción especial.

La directora del programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander Campus Cúcuta la Ing. Amanda Becerra en sus atribuciones envió el maravilloso trabajo de los estudiantes a Comité Editorial en la ciudad de Bucaramanga quienes aprobaron la publicación del manual. El señor Vicerrector felicitó la iniciativa de publicar productos de trabajos de grado de los programas de pregrado como una estrategia para apoyar las tesis meritorias y laureadas y satisfacer los requerimientos de los pares académicos en las visitas de renovación y acreditación.

Tras la aprobación el Manual será sometido al análisis de Turniting para determinar la originalidad y posteriormente a corrección de estilo.

Finalmente los estudiantes nos invitan a ser hiperactivos, creativos, visionarios, persistentes y hasta locos, ser personas que nos guste crear ideas únicas, ideas que muchas veces se bloquean por no saber cómo hacerlas realidad. Por esa razón encaminaron el objetivo a enseñar y culturalizar al emprendedor, para que oriente su mirada más allá del desarrollo de su producto, si no la importancia de aplicar otras variables que van más a fondo de solo la necesidad de consumo, pero sobre todo entender el valor de un mercadólogo y publicista dentro de una organización.

PROYECTO EN DESARROLLO



La directora de proyecto es la Magister Omaira Mendoza, quien Jessica considera como una de las mejores y exigentes docentes que tiene la Universidad de Santander.

“Omaira cuenta con un gran conocimiento y experiencia en el área del marketing, tuve que insistir ante la coordinación para que me fuese asignada como mi tutora de proyecto”, afirmo Jessica

“Desempeño laboral e impacto social del profesional en Mercadeo y Publicidad egresado de la Universidad de Santander, Campus Cúcuta”. Es el nombre del proyecto que está siendo desarrollado por la profesional en formación Jessica Vega, como requisito para su grado, esta investigación se centra en conocer la situación actual laboral de los egresados del año 2011 al 2015 del programa, ella quiere determinar el impacto social generado dentro del mercado laboral por los ex estudiantes de Mercadeo y Publicidad, conocer de primera mano el grado de satisfacción que tienen los egresados con la formación académica recibida en la UDES y como producto del estudio, la autora presentará como propuesta un plan de fidelización para el programa teniendo de público objetivo a los mismos egresados.

Vega comenta que este proyecto lo eligió por la importancia que tiene para ella en el inicio de su vida profesional, saber cuáles son las exigencias actuales del mercado laboral, obtener información de la percepción en la aplicación de los conocimientos adquiridos en la academia, para incursionar en el mercado laboral y si estos son suficientes para ocupar un cargo siendo recién egresado. También apunta que el resultado de la investigación tiene un interés institucional, por lo que dicha información recopilada servirá al programa para tomar en acción en planes de mejoramiento a corto y mediano plazo.

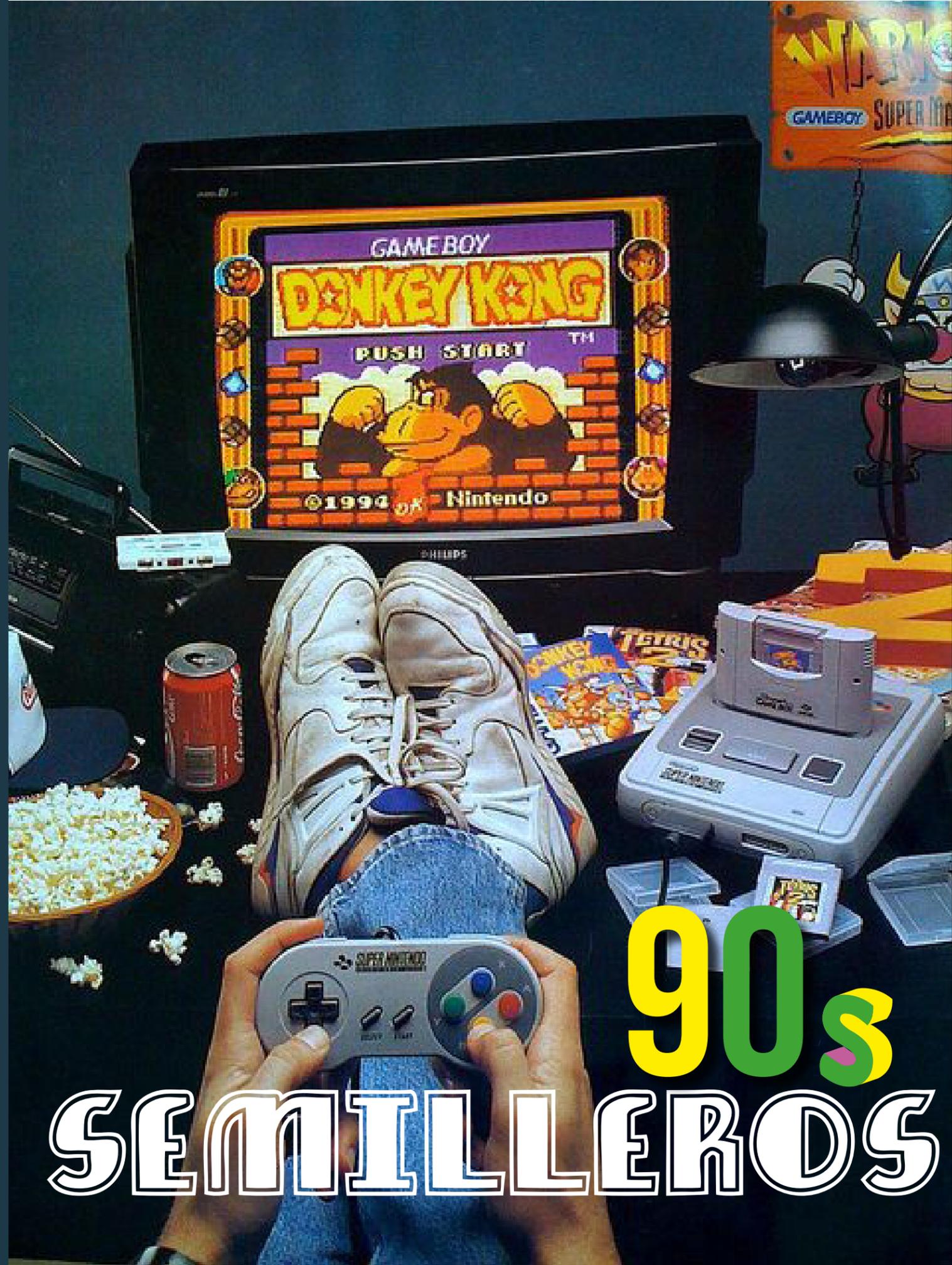
“Esto ha sido un verdadero reto, la aplicación de los instrumentos ha sido el conflicto que he tenido con el proyecto, las hice por medio de correo electrónico con apoyo en las redes sociales y es un poco exhaustivo tener que hacer demasiado seguimiento para lograr dichas respuestas, ya que a los egresados no se les motiva para tener plena disposición en ayudar siempre para estos casos, ese es uno de los puntos a tratar en la propuesta del plan de fidelización que estoy diseñando. Amo hacer investigación, indagar y preguntar sobre un tema que este teniendo problema para darles posibles soluciones, es prácticamente el diario vivir de un mercadólogo y publicista, siempre se harán investigaciones así sea desde un estudio a gran escala o un sencillo sondeo. El agente investigador es algo que debe trabajar el mercadólogo, para conocer de primera mano lo que está pasando con el público de interés para determinada empresa o del entorno.

Tener a la docente Omaira como tutora también ha sido llenador, es una persona que tiene la vocación de enseñar y guiar, ella no es de las que te hace los trabajos, ni investiga por ti, te hace trabajar, te puede dar pautas de lo que puedes hacer y te corrige, y al fin cuando entremos a trabajar para una empresa o creamos agencia, eso pasará, nadie nos va a llevar de la mano ni nadie te va a decir qué o no hacer, eres tú solo contra el mundo laboral y colegas que se vuelven competencia, pero contar con una docente que se convierte en una amiga llena de experiencia en el área de interés, que está siempre dispuesta a ayudar, hasta después de salir de la U, esos son los maestros, docentes, o ‘profes’ que marcan positivamente la vida de un estudiante. Por ahora, estoy en un dilema emocional, tengo muchos deseos de que ya llegue el día de sustentación del proyecto y la tan anhelada ceremonia de grado, pero también un poco temerosa de enfrentarme al “momento de la verdad”, como lo dice siempre otro docente muy querido, ‘el profe Cáceres’, cuando nos convertimos en oficialmente egresados, de igual manera siento que la UDES me ha preparado lo mejor posible, he tenido excelentes docentes a lo largo de la carrera, una gestión en coordinación increíble e instalaciones en el plantel que permiten desarrollar las diferentes habilidades que vamos descubriendo con el pasar de los semestres.

Desde ya puedo decir, gracias familia UDES Cúcuta por todo”.

Jessica Vega





90s SEMILLEROS

EXPLORADORES



ANDREA GRACIA, CARLOS GARAVITO, ELIANA ALBA, GREY HURTADO, HENRY BOTELLO, JESSICA CABALLERO, JHON BECERRA, KATHY GUIO, GABRIELA PEÑARANDA, LEIDY SERRANO, LUISA GUERRERO, THALIA GALVIS, YELITZA DUQUE, EDWING ACEVEDO, DIEGO MORENO Y SEBASTIAN JARAMILLO.

DOCENTE



Omaira mendoza ferreira

Sus fundadores son Jesús Alejandro Osorio y Eduardo Villamizar, quienes fueron los pioneros de este semillero. Tal como su nombre lo indica es una tendencia a buscar, conocer nuevas ideas y proyectos.

En este momento tenemos un proyecto macro que consiste en la implementación de la logística inversa en las empresas de la región. Nos encargamos de investigar modelos tanto a nivel nacional e internacional para aplicarlos en la ciudad de Cúcuta con el objetivo de que las empresas locales contribuyan al mejoramiento del medio ambiente.







AMONA EDUCATIO AD MILLIDA



**Universidad
de Santander**

Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación **UDES**

VIGILADA MINEDUCACIÓN

