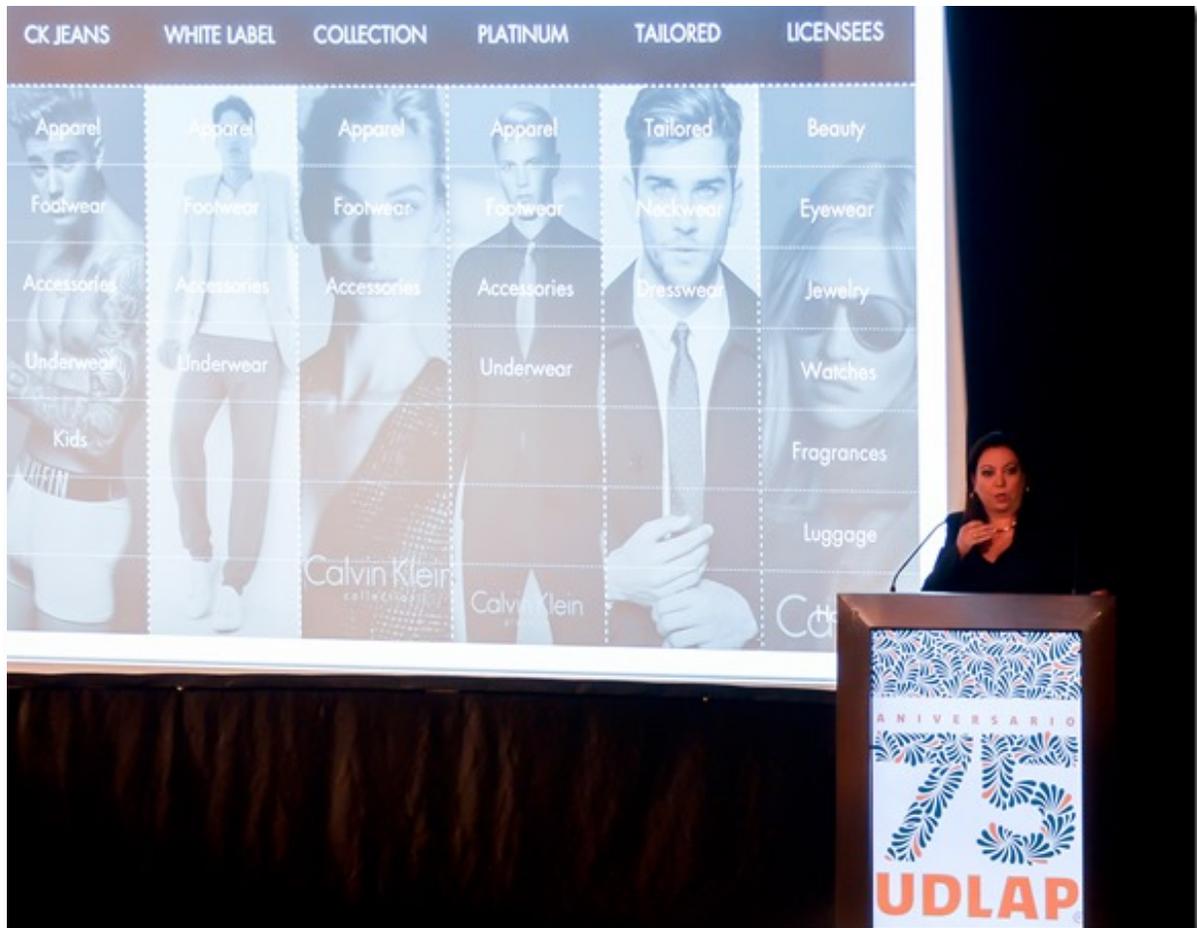


Apasionado, lógico, creativo y atrevido, características de un estudioso del marketing



- Se inauguró en la UDLAP el congreso anual I'm Marketing 2015.
- "Glocal, término que significa la combinación perfecta de lo que actualmente vivimos": Wartenbergh.

Con el objetivo de demostrar las diferentes áreas de desarrollo en el mundo del marketing y cómo las estrategias implementadas en cada una de ellas han evolucionado, la Universidad de las Américas Puebla, a través de su Departamento de Mercadotecnia y la mesa directiva de estudiantes FOCUS, llevaron a cabo el congreso anual I'm Marketing 2015.

Durante la inauguración, el Dr. Roberto Solano Méndez, académico del Departamento de Mercadotecnia de la Universidad de las Américas Puebla, dio la bienvenida a los asistentes

de la doceava edición de este congreso. “Hoy estamos aquí reunidos para reflexionar y pensar sobre la importancia del marketing en nuestras vidas. El nombre de l’m Marketing nos hace recordar que el marketing está día a día con cada uno de nosotros, y que las acciones que hacemos van encaminadas a encontrar las consecuencias de las buenas relaciones entre las personas”, comentó el Dr. Solano, quien además destacó que el Marketing es sentido común, “es solamente llevar a cabo y potenciar lo que hacemos diariamente. El marketing está en nosotros, por ello el primer paso del Marketing es estar convencido de lo que vamos a ofrecer, de que tenemos potencial, de que somos profesionistas, buenos ciudadanos y por lo tanto tenemos que relacionarnos con alguien”. Finalmente, el académico de Mercadotecnia de la UDLAP, afirmó que son cuatro las características que debe tener un estudioso del marketing: apasionado, lógico, creativo y atrevido, “características que les ayudarán a ser exitoso en su profesión”.



Con el slogan “New paths, new strategies”, el congreso l’m Marketing inició actividades con la conferencia magistral a cargo de la Presidenta de PVH México, Marcella Wartenbergh, quien comentó: “es muy importante que realmente entiendan que marketing son ustedes, no es algo que aprendan en un libro de teoría. Todo lo vivimos alrededor del marketing y todo el tiempo sólo pensamos en él”.

Durante su ponencia, la Presidenta de PVH México destacó el término Glocal, el cual describió como la combinación perfecta en la que actualmente vivimos. “Glocal, ni es global ni es local, es la combinación perfecta. Significa moderno; cambio de cultura; impacto;

internacional; diversidad de religión, géneros, cultura, sexo; es alineación". Con base a lo anterior comentó que la regionalización es un tema de marketing que todos deben tomar en cuenta, porque ya no existe algo nacional, "todo es global, por ello la regionalización sólo es un paso que existe en el proceso de una industria".

Finalmente, Marcella Wartenbergh destacó a los presentes que para hacer una campaña exitosa se debe vivir del futuro, se debe pensar cómo se tiene que cambiar y evolucionar; además, "al hacer una campaña deben de pensar qué quieren que sus clientes sientan al verlo, al sentirlo, al escucharlo".

Sobre l'm Marketing cabe destacar que es el encuentro académico que reúne en dos días a ponentes expertos en el área quienes ofrecen a estudiantes de mercadotecnia, profesionales y empresarios, herramientas y conocimiento a través de 10 conferencias especializadas en áreas como fashion marketing, sport marketng, inbound marketing entre otros, con el fin de transmitir conocimiento de la más alta calidad.