

# UDLAP brinda curso en Mercadotecnia Social y Relaciones Públicas, único y revolucionario en su área



- *La tercera generación estuvo formada por 42 alumnos de organismos de la sociedad civil, miembros de patronatos, emprendedores sociales y directivos de empresas que cuentan con el área de responsabilidad social.*
- Por crisis global, empresas enfrentan el reto de subsistir: Starostenko

42 alumnos pertenecientes a organismos de la sociedad civil, miembros de patronatos, emprendedores sociales y directivos de empresas que cuentan con el área de responsabilidad social, formaron parte de la tercera generación del Curso en Mercadotecnia Social y Relaciones Públicas, organizado por la Universidad de las Américas Puebla a través de UDLAP Consultores y Sustenta-Centro de Responsabilidad Social.

“Este curso surgió hace tres años como parte de la necesidad de atender, capacitar y formar a las organizaciones y líderes sociales en el tema de mercadotecnia social”, comentó en entrevista la Mtra. Aliona Starostenko, directora general de Sustenta-Centro de Responsabilidad Social Grupo Proactivo Mexicano-UDLAP, quien además destacó que éste curso es único y revolucionario porque los temas que se tratan se aplican directamente al sector social. “Generalmente encuentras capacitaciones en mercadotecnia clásica o mercadotecnia comercial, pero en este curso ayudamos a los participantes a que se formen con herramientas concretas que a ellos les sirvan y las puedan aplicar en sus trabajos o empresas”, comentó la Mtra. Starostenko.

Dio a conocer que el curso en Mercadotecnia Social y Relaciones Públicas tuvo una duración de 17 horas, tiempo en el que cuatro profesores expertos en el área desarrollaron temas como: mercadotecnia digital, marketing con causa, marketing social, comunicación efectiva individual, y comunicación de la institución.



Finalmente, y al ser cuestionada sobre la importancia de la capacitación hoy en día, la Mtra. Aliona Starostenko afirmó que actualmente es muy importante estar constantemente preparado, “porque definitivamente sí es un reto subsistir con todo el tema de la crisis global, sobre todo en el mundo del tercer sector quienes actualmente se enfrentan a la difícil tarea de hacer sensible a la gente acerca de invertir o donar a favor de causas sociales o a favor de necesidades latentes, ello debido a que las organizaciones sociales han perdido credibilidad por temas colaterales como los que se dan en la política o por errores o gente que maneja mal los recursos”.

Cabe destacar que el curso en Mercadotecnia Social y Relaciones Públicas que oferta la Universidad de las Américas Puebla a través de UDLAP Consultores y Sustenta-Centro de Responsabilidad Social ha tenido mucha aceptación, por lo que se abrirá un segundo grupo en este año. “Gracias a la demanda de este curso, se abrió un segundo grupo que arrancará capacitación el próximo 19 y 20 de febrero de 2016”, informó la directora General de Sustenta-Centro de Responsabilidad Social Grupo Proactivo Mexicano-UDLAP.