

Medellín: la ruta del aprendizaje empresarial y universitario

Jobss Esteban Fajardo Mideros

German Ernesto Chamorro Rosero

Profesor de Mercadeo

Universidad Mariana

Alejandro Dulce Solarte

María José Bucheli Arteaga

Danna Valentina Güiza

Estudiantes de Mercadeo

Universidad Mariana

En el contexto dinámico y exigente de la educación en el campo del mercadeo, la adquisición y el fortalecimiento de habilidades prácticas son imperativos para el éxito académico y profesional. Conscientes de esta premisa, el programa de Mercadeo de la Universidad Mariana ha diseñado una estrategia educativa innovadora que incluye la realización de salidas académicas para potenciar el desarrollo integral de nuestros estudiantes. Nos complace presentar los resultados de esta iniciativa, que llevó a los estudiantes a una serie de visitas a destacadas instituciones y empresas en Medellín. En esta experiencia, exploraremos en detalle la planificación, implementación y los impactos de esta salida académica, destacando la relevancia y el valor añadido que ha aportado a la formación de nuestros estudiantes.

Instituciones y empresas visitadas

Figura 1

Universidad EAFIT



Temas abordados: *Neuromarketing*

Descripción: los estudiantes participaron en una sesión sobre *neuromarketing*, explorando cómo se utiliza las ciencias del cerebro para entender las respuestas a los estímulos de mercadeo. La Universidad EAFIT demostró el uso de herramientas avanzadas como la Cámara de Gesell, manillas electro galvánicas, *eye tracker* gafas y lectores de micro expresiones.

Impacto: los estudiantes comprendieron cómo aplicar principios de neuromárquetin para optimizar estrategias de mercadeo y mejorar las experiencias de los consumidores.

Figura 2

Universidad UNIMINUTO



Temas abordados: interacción académica, investigación de mercados.

Descripción: la visita incluyó interacciones con estudiantes de administración, discusiones sobre el manejo del fracaso como herramienta de aprendizaje y, una introducción a técnicas de investigación de mercados.

Impacto: esta experiencia fomentó un intercambio de ideas y permitió a los estudiantes aplicar técnicas de investigación en un contexto práctico.

Figura 3

Cueros Vélez



Temas abordados: estrategias de márketing, gestión de inventario.

Descripción: los estudiantes aprendieron sobre las innovaciones tecnológicas en la gestión de inventarios y la estrategia de omnicanalidad de Cueros Vélez, así como su enfoque en prácticas sostenibles.

Impacto: se destaca los beneficios de integrar tecnología y sostenibilidad en las estrategias de mercadeo.

Cervecería Tres Cordilleras

Temas abordados: producción de cerveza, logística y comercialización

Descripción: la visita incluyó una explicación del proceso de producción de cerveza, la logística involucrada y, las estrategias de comercialización y promoción, destacando la colaboración con Postobón.

Impacto: los estudiantes obtuvieron una visión completa del ciclo de producción y las estrategias de mercado en la industria cervecera.

Figura 4

Contento BPO



Temas abordados: servicios de *call center*, innovación laboral.

Descripción: Contento BPO presentó su ambiente de trabajo innovador, con espacios recreativos para empleados, y su impacto en el mercado global de servicios de *call center*.

Impacto: la visita resaltó la importancia de un ambiente laboral saludable y estrategias eficaces de atención al cliente.

Figura 5

Museo El Castillo



Temas abordados: Márquetin cultural y turístico.

Descripción: el museo ofreció una visión sobre sus estrategias para atraer visitantes mediante eventos culturales y exposiciones temáticas.

Impacto: los estudiantes aprendieron sobre el Márquetin cultural y su impacto en la promoción del patrimonio histórico y artístico.

Parque Explora

Temas abordados: ciencia y tecnología, experiencias interactivas.

Descripción: el parque proporcionó experiencias prácticas en ciencia y tecnología, promoviendo el aprendizaje interactivo.

Impacto: los estudiantes valoraron la importancia de la educación práctica y el fomento del pensamiento crítico a través de actividades interactivas.

Conclusión

La salida académica a Medellín brindó a los estudiantes de Mercadeo de la Universidad Mariana, una valiosa oportunidad para aplicar sus conocimientos en un entorno real y diverso. Las experiencias vividas no solo enriquecieron su formación académica, sino que les ofrecieron nuevas perspectivas y herramientas para su futuro profesional en el campo del Márquetin.

Este programa de visitas fue un éxito rotundo gracias al compromiso y dedicación de todos los involucrados, razón por la cual agradecemos profundamente a todas las instituciones y empresas que nos recibieron, así como a los docentes y organizadores que hicieron posible esta salida académica.

En el programa de Mercadeo de la Universidad Mariana estamos comprometidos con el crecimiento y el desarrollo de nuestros estudiantes y, continuaremos buscando nuevas oportunidades para fortalecer sus habilidades y prepararlos para enfrentar los desafíos del mundo profesional con confianza y éxito.