

	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 1 de 22	Fecha Emisión 13.11.2020

Fecha	02/12/2024	Hora Inicio	2:00 pm	Hora Fin	3:00 pm
Proceso /Subproceso	Currículo / Informe 2024-2 Mercadeo y Publicidad			Acta N°	
Reunión de trabajo		Comité	X	Capacitación	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿asistió?		Firma
			Si	No	
1	Yadira Carolina Vaca González	Directora	X		
2	Sandra Milena Rache Larrota	Coordinadora Virtual	X		
3	Yara Aillen Roa Aguilera	Coordinadora Presencial	X		
4					
5					

Temas
- PIC, PA, RETOS y PICT Desarrollos durante el semestre 2024-2. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, productos, etc. - Instrumentos de diseño microcurricular. Syllabus, Planeaciones Didácticas e Instrumentos de evaluación asegurados en Microcurrículo (presencial / virtual). - Certificaciones digitales. Número de estudiantes que accedieron a cada certificación. Actualizar información en documento de Excel -en línea-. Constancias (diploma) aseguradas en carpeta de mesocurriculo y/o repositorios de programa o área. - Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en Mesocurrículo: agosto (1), septiembre (1), octubre (1) y noviembre (1). - Apoyo a procesos de acreditación o registro calificado. Descripción de actividades y productos.
Desarrollo
PIC, PA, RETOS y PICT Desarrollos durante el semestre 2024-1. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, productos, etc.

Se comparte la invitación a la semana de innovación por correo a todos los estudiantes del Programa:



PA	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Bogotá	Torneo UCompartir - Fútbol	Germán Archila
Bogotá	Oportunidad Competitiva de Producto/servicio para el mercado de Mascotas	Juan Andrés Escobar
Virtual	Plan de Ventas Empresa Apicola	Juan Andrés Escobar
Virtual	Perfilamiento del cliente de productos naturales funcionales	Leonor Cruz
Meta	Estudio de perfil y necesidades de mercado para la empresa Nacar	Faizully Barbosa

Evidencias fotográficas

Torneo UCompartir – Docente Germán Archila – estudiantes de la materia Electiva II – Marketing Deportivo – jornada noche



Evidencia de la sede Meta

documentos > 6 DOCENTES M&P NACIONAL > 2024-2 > 04. PIC_PA_RETOS > PA > Meta

Nombre	Modificado	Modificado por
Investigación de mercado para ...	Ayer a las 15:33	Faizully Andrea Barbosa M
MISTERY_SHOPPING.pdf	Ayer a las 15:33	Faizully Andrea Barbosa M
Plantilla Semana de la Innovación.pptx_202...	Ayer a las 15:29	Faizully Andrea Barbosa M
WhatsApp Image 2024-11-13 at 10:06:52 (1...	Ayer a las 15:29	Faizully Andrea Barbosa M

PIC	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Bogotá	Propuesta de estrategia de posicionamiento – empresa Somos instantes	Claudia Valero Camilo Sebá Javier Colmenares
Meta	Plan de Marketing: "Sabor y Estrategia - Papa al Kilo al éxito"	Carlos Orozco Catalina Arenas

Evidencia fotográfica

Proyecto Propuesta de estrategia de posicionamiento – empresa Somos instantes – con la docente Claudia Valero



Evidencia de la sede Meta

Documentos > 6 DOCENTES M&P NACIONAL > 2024-2 > 04. PIC_PA_RETOS > PIC > Meta

Nombre	Modificado	Modificado por
PIEZAS GRAFICAS, VIDEOS PAPA AL KILO	Ayer a las 15:10	Catalina Arenas cardenas
PLAN DE MARKETING, PLAN DE MEDIOS, ...	Ayer a las 15:09	Catalina Arenas cardenas

RETO	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Bogotá	PIC Diagnóstico y planteamiento de estrategias para fortalecer la presencia de “Estudio Dante” en el modelo de negocios B2B y la visibilidad de su portafolio de servicios con IA.	Yara Aillen Roa Aguilera Sandra Milena Rache Larrota
Virtual	Propuesta comunicacional para aumentar el tráfico de compradores en el punto de venta físico Life2Be	Leonor Cruz
Meta	Plan de Marketing: "Sabor y Estrategia - Papa al Kilo al éxito"	Tatiana Perico Carlos Orozco Catalina Arenas
Bogotá	Investigación de mercados del servicio de gafas de seguridad industrial IMEVI	Vivian Aguirre

Evidencias fotográficas

RETO

PIC Diagnóstico y planteamiento de estrategias para fortalecer la presencia de “Estudio Dante” en el modelo de negocios B2B y la visibilidad de su portafolio de servicios con IA. Docentes: Sandra Milena Rache Larrota y Yara Aillen Roa Aguilera



Docentes de investigación de mercados – Docente Viviana Aguirre y la empresa Imevi con la representante Martha Ovalle y Los estudiantes del programa de M&P



Evidencia de la sede Meta

Documentos > 6 DOCENTES M&P NACIONAL > 2024-2 > 04. PIC_PA_RETOS > Retos > Meta			
	Nombre	Modificado	Modificado por
	EVIDENCIAS FOCUS GROUP	Ayer a las 16:00	Catalina Arenas cardenas
	ANALISIS FACTORES DE INFLUENCIA PSICO...	Ayer a las 15:12	Catalina Arenas cardenas
	Informe Reto.pdf	Hace una hora	Lizeth Tatiana Perico River.

COIL – Bogotá - Perú

A nivel Bogotá se llevó a cabo el primer COIL entre la Fundación Universitaria Compensar y la Universidad San Martín de Porres de Perú.

Se adjunta memoria de esta actividad entre octubre y noviembre de 2024-2



MEMORIA DE
COOPERACIÓN INTE

Visitas empresariales

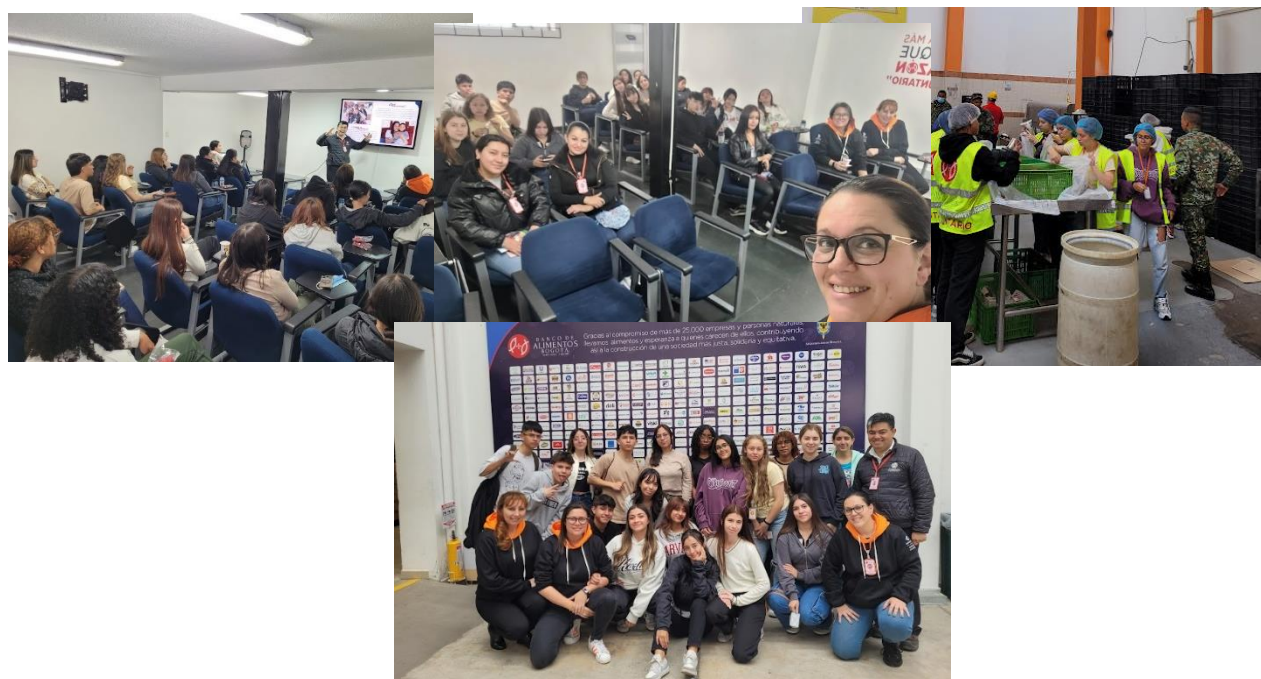
Sede Meta

Visita empresarial al Centro Comercial Primavera Empresa Smart Living IA con Robot. Docentes a cargo: Tatiana Perico, Catalina Arenas.

Visita empresarial Empresa PAPA AL KILO. Docentes a cargo: Tatiana Perico, Catalina Arenas, Carlos Orozco.

Sede Bogotá

Banco de Alimentos – Voluntariado - estudiantes de primer semestre – Fundamentos de mercado y relacionamiento con clientes – Docentes: Sandra Milena Rache – Yara Aillen Roa Aguilera.



SOFA – Corferias - estudiantes de primer semestre – Gestión de la Publicidad – Docente Leonor Cruz

Compensar – Estudiantes de Marketing Deportivo – Docente Germán Archila

Planta Alpina - estudiantes de primer semestre – Fundamentos de mercado y relacionamiento con clientes – Docentes: Sandra Milena Rache – Yara Aillen Roa Aguilera.



Sede Virtual

Banco de Alimentos – Voluntariado - estudiantes de primer semestre – Fundamentos de mercado – Docentes: Sandra Milena Rache



Empresarios en el Aula

Empresarios en el aula Nombres y Apellidos	Tema para desarrollar	Introducción de la actividad (Propósito de la temática)	Nombre docente responsable
Andrés Amin Uribe	De la estrategia a la acción. Claves del marketing de producto	Profundización en estrategias de producto	Priscila Amin
David	Diagnóstico y planteamiento de estrategias para fortalecer su presencia en el modelo B2B.	Diagnóstico y planteamiento de estrategias para fortalecer su presencia en el modelo B2B.	Sandra Milena Rache Yara Roa
Juan Carlos de la agencia La Mochila Publicidad lamochilapublicidad@gmail.com Cel 3214531285	Agencia como ha aplicado las 4 P's y como se ha enfrentado al mercado	Profundizar conceptos de mercadeo.	Yara Aillen Roa Aguilera
Oscar Forero	Análisis del mercado	Identificar la importancia del estudio de mercado como insumo para el diseño de estrategias	Faizully Barbosa
Oscar Morales	Plan de Ventas	Conocer el modelo de negocio de la empresa Mealibejas, identificar las diferentes líneas de negocio y establecer una acción de análisis que le permita al estudiante proponer nuevas alternativas de comercialización y desarrollar un plan de ventas.	Juan Escobar
Carlos Amin Barajas	Segmentación de la base de datos, Big Data, análisis de contenido.	Profundización en los referentes conceptuales de la Unidad 4 del syllabus de la asignatura y aplicabilidad en investigación de mercados	Priscila Amin
Diana Oliveros Fortiche	Aplicaciones de la sociología en la investigación de mercados	La charla pretende abordar cómo se aplica la teoría de la investigación cualitativa en contextos reales en el mercado.	Javier Colmenares

Gersson Franco	Formatos publicitarios	Reconocer los formatos publicitarios para tener una estructura coherente y que responda a la estrategia de comunicación publicitaria.	Leonor Cruz
Juan Manuel Cortes	Brief Icetex	Aclarar dudas a los estudiantes sobre la actividad final, con cliente real	Germán Archila
Estefanía Layton	Modelo Canva Conversacional en inglés	Identificación del modelo Canva y su importancia en la creación de empresas	Yara Aillen Roa Aguilera
Estefanía Layton	Modelo Canva Conversacional en inglés	Identificación del modelo Canva y su importancia	Sandra Milena Rache
Mario Alvarez Chavarro	Procesos creativos	Fomentar la creatividad como un proceso interno que aunque parece difícil todos tenemos capacidad de desarrollarla y depende de nuestra actitud	Camilo Andrés Sebá
Santiago Uribe	Branding y arquetipos	Resaltar la importancia de los arquetipos en los procesos de branding.	Camilo Andrés Sebá
Erika Cubillos	Oportunidades de los nuevos medios	Conocer las nuevas plataformas de pauta y como estas desarrollan formas de impacto a través de funciones que involucran la IA	Camilo Andrés Sebá
	Visita empresarial al Centro Comercial Primavera Empresa Smart Living IA con Robot.		Tatiana Perico, Catalina Arenas.
	Empresa PAPA AL KILO		Tatiana Perico, Catalina Arenas, Carlos Orozco.
Dora Lilia Gómez Muñoz	La Mochila Publicidad SAS	Emprender y equivocarse en el intento, levantarse y seguir	Yara Aillen Roa Aguilera

Clases espejo

Sede	Empresa	Nombre docente responsable
Virtual	Empresario en el aula Meliabejas	Juan Escobar
Meta	con Facultad de Ciencias de la Comunicación UNIMINUTO Concepto creativo Paleta Dracula	Catalina Arenas, Tatiana Perico.

Talleres con sector externo

En el marco del proyecto de investigación Estrategias de Captación de Recursos y Donantes en Corabastos para Reducir el desperdicio para el Banco de Alimentos 2023-2024, se desarrollaron tres talleres de formación para funcionarios del Banco y proveedores sobre servicio al cliente así:

- Servicio al cliente para conductores
- Servicio al cliente para toma de pedidos, social
- Servicio al cliente telefónico para recepción, toma de pedido.

Donde se abordaron temáticas acordes a cada público, como por ejemplo:

- Que es el servicio al cliente
- Habilidades de comunicación efectiva
- Quejas y resolución de problemas
- La importancia de la mejora continua.

Período de ejecución: octubre y noviembre de 2024

Evidencias fotográficas:



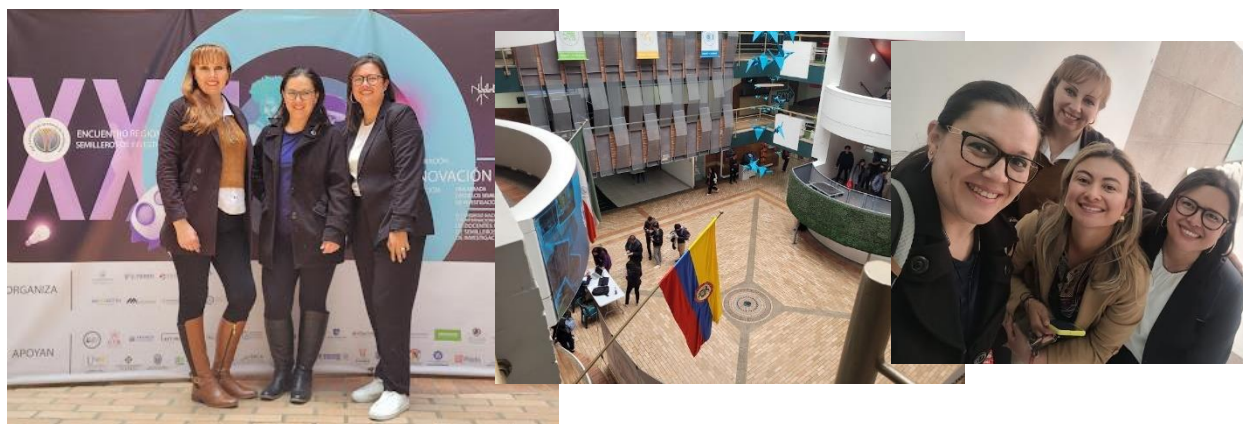
Taller con conductores

Taller con el equipo de social y
toma de pedidos

Taller con recepción y alistamiento

Participación eventos externos

Jurados de ponencias en el XX Encuentro Regional de Semilleros de Investigación – Red Colsi -Nodo Bogotá – Cund. 29 de agosto de 2024



Preparación videos de autoevaluación para docentes, estudiantes e institución



Invitación a la Sede Meta

Charla en el Colegio regional sobre El uso de plataforma digitales en el día a día– 18 de septiembre de 2024



Socialización Autoevaluación Sede Meta – 18 de septiembre de 2024



Entrega de equipos de Fotografía para el Programa en la sede 18 septiembre de 2024



Charla para el gremio de taxista en Villavicencio sobre Endomarketing – 19 de septiembre de 2024



Charla para el gremio de taxista en Villavicencio sobre marca personal – 20 de septiembre de 2024



Certificación "Rutas de éxito, desarrollo de habilidades en el sector turismo" – 20 septiembre 2024



Conversatorio sistemas alimentarios sustentable y sostenibles para organizaciones sociales de base – 30 octubre de 2024 (en el marco del convenio de investigación Estrategias de Captación de Recursos y Donantes en Corabastos para Reducir el desperdicio para el Banco de Alimentos 2023-2024



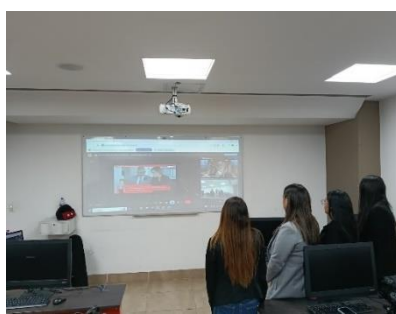
Participación como jurados Feria de recuperación de alimentos – 30 octubre 2024



Participación en expo estudiantes en Corferias – 1 de noviembre de 2024



Participación como jurado en clase de Planeación y Matrices de la ECCI, Docente invitada: Sandra Milena Rache Larrota - estudiantes de Mercadeo y Publicidad – 12 noviembre de 2024



Semana de Innovación – Taller Transformado mi cadena de valor – 13 noviembre de 2024



Semana de Innovación – Oportunidades de la IA en las empresas – 13 noviembre 2024



Semana de Innovación – Recursos humanos y el uso de la IA – 14 noviembre 2024



Semana de Innovación – Charla “El que sabe vender...” 14 de noviembre de 2024



Semana de innovación_ Universidad – Empresa: Impulsando transformaciones con inteligencia artificial – 15 noviembre de 2024



Ponencia en el I coloquio Internacional de Innovación, Sostenibilidad e Inclusión en Entornos Empresariales Disruptivos – 21 de noviembre de 2024



Celebración del Mercadólogo y Publicista – 27 de noviembre de 2024



Reconocimiento a la labor docente 2023-1 al 2024-1 – 27 de noviembre de 2024



Participación del Programa en el CompanyGame de la Escuela de Negocios – Capitulo Marketing – Se adjunta informe de competencias de participación por parte de la Fundación Universitaria Compensar.



Informes
competencias(COM

2. Instrumentos de diseño microcurricular. Syllabus, Planeaciones Didácticas e Instrumentos de evaluación asegurados en Microcurrículo (presencial / virtual).

Syllabus

Nombre de curso	Modalidad: virtual o presencial	Docente responsable
GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD	Virtual	Germán Archila
CONSTRUCCIÓN DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS	Virtual	Gustavo Rubiano
FUNDAMENTOS DE MERCADEO	Virtual	Pedro Layton
PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR	Virtual	Sandra Rache
COSTOS Y PRESUPUESTOS	Virtual	Pedro Layton
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (Técnicas Cualitativas y Cuantitativas)	Virtual	Priscila Amin
MARKETING INTERNACIONAL	Virtual	Priscila Amín

 compensar fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 19 de 22	Fecha Emisión 13.11.2020

GERENCIA DE MARKETING (PLANEACIÓN DE MARKETING)	Virtual	Yara Roa
TALLER DE COMUNICACIÓN	Virtual	William Aguilar
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING	Virtual	Germán Archila Gustavo Rubiano Carolina Vaca

3. Certificaciones digitales. Número de estudiantes que accedieron a cada certificación. Actualizar información en documento de Excel -en línea-. Constancias (diploma) aseguradas en carpeta de mesocurriculo y/o repositorios de programa o área.

Consolidado certificaciones	
Bogotá	64
Virtual	96
Meta	49
Total	209

SEDE (Bogotá, Meta o Virtual)	NOMBRE CERTIFICACIÓN	DURACIÓN (CANTIDAD DE HORAS REQUERIDAS)	CAMPO/AREA DEL CONOCIMIENTO (DISCIPLINA)	NOMBRE Y CÓDIGO DEL CURSO DE UCOMPENSAR	No. Estudiantes certificados (con soporte)
Bogotá	Tácticas de negociación efectiva	30	Mercadeo	Fundamentos de Mercadeo	16
Bogotá	Aprende a Desarrollar un Plan Digital de Comunicación	30	Mercadeo	Plan de Medios	17
Bogotá	Growth Hacking	30	Mercadeo	Medios y Presupuestos	13
Bogotá	Crea tu Podcast Profesional desde cero	30	Mercadeo	Lenguaje y Creatividad Publicitaria	6
Bogotá	Administración y Atención al cliente	20	Mercadeo	Mercadeo de Servicios	6
Bogotá	Comunicación y Colaboración en la Era Digital	30	Mercadeo	Comunicación Organizacional	6
Virtual	Storytelling	25	Mercadeo	Fundamentos de Mercadeo	24
Virtual	Gestión de Proyectos con Metodologías Ágiles y Enfoques Lean	40	Mercadeo	Tendencias de Consumo y Mercados	18
Virtual	Neuromarketing	30	Mercadeo	Psicología del Consumidor 1	18
Virtual	Transformación Digital en las Empresas	30	Mercadeo	Marketing Digital	14
Virtual	Introducción a Power B	30	Mercadeo	Investigación Cualitativa	13

	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 20 de 22	Fecha Emisión 13.11.2020

Virtual	Principios Básicos de Big Data	20	Mercadeo	Marketing Internacional	9
Meta	Aprende a Planificar y Gestionar Estrategias Exitosas en Redes	30	Mercadeo	Redacción Para Medios Digitales	10
Meta	Crea tu Podcast Profesional desde cero	30	Mercadeo	Lenguaje y Creatividad Publicitaria	4
Meta	Neuromarketing	30	Mercadeo	Psicología del Consumidor 1	8
Meta	Storytelling	25	Mercadeo	Fundamentos de Mercadeo	7
Meta	Construcción de Marca	30	Mercadeo	Campañas Publicitarias	9
Meta	Finanzas Personales para Emprendedores	30	Mercadeo	Costos Para Mercadeo	1
Meta	Fundamentos de UX	30	Mercadeo	Gerencia de Marketing	6
Meta	Growth Hacking	30	Mercadeo	Medios y Presupuestos	4
					209

4. Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en Mesocurrículo: Agosto, septiembre, octubre y noviembre (Pantallazo).


Mesocurrículo
 Grupo privado

★ Siguiendo
 66 miembros

Inicio
 Conversaciones
Documentos
 Compartido con nosotros
 Bloc de notas
 Páginas
 Contenido del sitio
 Papelera de reciclaje

+ Nuevo
 Cargar
 Compartir
 Copiar vínculo
 ...

Todos los documentos

Documentos > FACOM > Mercadeo y Publicidad > Mercadeo y Publicidad Bogotá > Actas Currículo > 2024

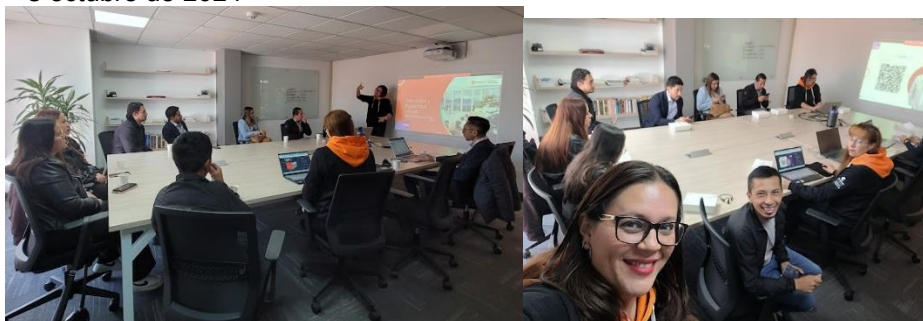
Nombre	Modificado por	Modificado
1. Enero Comité 2024-1.doc	Yara Aillen Roa Aguilera	7 de junio
2. Febrero Comité 2024-1.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	7 de junio
2. Formato Acta de reunión_Febrero.pdf	Yara Aillen Roa Aguilera	14 de abril
3. Marzo Comité 2024-1.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	7 de junio
4. Abril Comité 2024-1.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	Hace una hora
5. Mayo Comité 2024-1.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	Hace una hora
6 Acta Agosto M&P_UCompensar.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	hace 3 minutos
7 Acta septiembre M&P_UCompensar.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	hace 3 minutos
8 Acta octubre M&P_UCompensar.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	hace 3 minutos
9 Acta noviembre M&P_UCompensar.docx	Yara Aillen Roa Aguilera	hace 3 minutos

Volver a la versión clásica de SharePoint

5. Apoyo a procesos de acreditación o registro calificado. Descripción de actividades y productos.

Validación perfil, malla y competencias del programa para renovación de registro calificado con egresados

– 3 octubre de 2024



Validación perfil, malla y competencias del programa para renovación de registro calificado con empresarios

– 10 octubre de 2024



Se adjunta el documento de validación de perfiles, competencias y plan de estudios del programa en renovación de estudiantes, egresados y empresarios.



Estudio de
validación perfiles, c

Resultados de aprendizaje 2024-2 Malla en oferta

Los siguientes docentes realizaron el levantamiento de información

- Catalina Arenas Cárdenas
- Juan Andrés Escobar Olaya

	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 22 de 22	Fecha Emisión 13.11.2020

- Sandra Milena Rache Larrota
- Yara Aillen Roa Aguilera

Se adjunta el documento que contiene RA malla en oferta, componente por competencia, plan evaluación competencias, instrumentos, niveles de competencia.

[RA 2024 2 Malla Oferta.xlsx](#)

Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Elaboración de acta	Yara Roa	04/12/2024	

Acuerdos

Necesidades de comunicación	
Descripción	Dirigido a



Cofrem
Caja de Compensación Familiar



compensar

fundación
universitaria

RETO EMPRESARIAL

PAPA AL KILO

MERCADEO Y PUBLICIDAD

2024-II



RETO Empresarial PAPA AL KILO

Programa de Mercadeo y Publicidad 2024-II

1. RETO: Fortalecimiento empresarial Papa al Kilo.

Necesidad: Fortalecer e Instruir a la empresa en la identificación del costo para propuesta de producto nuevo a incluir en el menu, resaltando una estrategia de ventas efectiva segun los factores de influencia encontrados al target que maneja la empresa.

2. Equipo elegido para asumir el reto en estos roles:

- a. Gestor general del RETO: Catalina Arenas (Coordinadora Mercadeo y Publicidad)
- b. Gestor de solución al RETO: Docente Lizeth Tatiana Perico Rivera, Catalina Arenas, Carlos Orozco y Oscar Gonzalez (contaduría).
- c. Equipo de solución: Docente Lizeth Tatiana Perico Rivera, Catalina Arenas, Carlos Orozco y Oscar Gonzalez (contaduría) y estudiantes del curso Ventas, Costos para Mercadeo, Psicología del consumidor I y Costos II.
- d. Validadores internos de la solución: Lizeth Tatiana Perico Rivera
- e. Evaluadores de la solución: Empresarios Papa al Kilo

3. ODS a la que aporta: El Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico

4. Plan de trabajo desarrollado con empresa y los estudiantes.

- Análisis de necesidad empresarial y trabajo definición de RETO con la empresa: 02 – 18 de agosto.
- Asignación del Gestor General del RETO: 20 de agosto
- Selección de Gestor de solución al RETO: 21 de agosto
- Creación de equipo de atención al RETO: 23 de agosto
- Primera reunión con empresa: 28 de agosto
- Sesiones de trabajo con equipo docente y estudiantes: 29 de agosto a 5 de noviembre.
- Segunda reunión de seguimiento con empresa: 15 de octubre
- tercera reunión de seguimiento con empresa: 24 de septiembre
- Presentación de solución a la empresa para validación: 5 de noviembre
- Presentación de solución a la empresa para recibo a satisfacción: 15 de noviembre.
- Entrega de Certificado de la empresa por contribución de la solución: pendiente

- Presentación en Semana de la Innovación: 15 de noviembre.

4. Soluciones generadas: *Documento escrito donde se presente todo lo relacionado al costeo, ventas y factores de influencia para la empresa, junto con la nueva propuesta para el menu*

Presentación de la solución a la empresa: Semana de la Innovación

Fue una experiencia enriquecedora para los estudiantes por aplicar los conocimientos de clase ya en la realidad y enfrentar los retos de una preparación con calidad, en adición se pusieron en practica habilidades como el trabajo en equipo y resolución de conflictos en los procesos productivos.

Evidencias:





fundación
universitaria



		FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR	
		<i>PIC</i>	
		Fecha: 04 de junio del 2025	
		Hora: 3:00 pm	
FACULTAD	Escuela de Negocios		
PROGRAMA	Mercadeo y Publicidad Asignatura: Sede: • Bogotá • Meta (x) • Virtual		
DOCENTE A CARGO:	Lizeth Tatiana Perico Rivera y Oscar Alejandro González		
TIPO DE MOVILIDAD:	Entrante Saliente		
CLASE DE MOVILIDAD:	• PA • PIC x • Reto • Clase Espejo • Certificaciones presenciales • Certificaciones virtuales • Empresarios en el aula • Visitas empresariales (x) • Certificación como Docente • Otro		
Datos del Participante			
Nombre del Participante: Estudiantes y Docentes Imagen corporativa y branding, Costos II Empresa Participante o que Representa: Losaquis Correo de contacto: Losaquis.contact@gmail.com			
Desarrollo			
Actividad:	Rebranding y análisis de costos LOSAQUIS.		
Tema Para Desarrollar:	Rebranding, costos y marketing musical.		
Forma de Presentación: (Virtual/Presencial)	Presencial		
Propósito de la Actividad: Apoyar en el rebranding según necesidad de la marca, así como un análisis de costos de las líneas de productos y servicios que maneja la marca.			
Que resultado se espera de la actividad: Fortalecimiento de marca y acciones de mejora en la parte financiera de la empresa			
Aspectos positivos de la actividad: Aspectos de mejora en el branding, definición de la identidad de marca, creación de personajes asociados a un storytelling. Acciones de mejora en la gestión financiera de la marca.			
Link y contraseñas de Grabaciones (si aplica): https://unipanamericanaeduco-my.sharepoint.com/:f/q/personal/ltpericor_ucompensar_edu_co/Es-T2DulQItAnnPeub_ih68BPMFCZr5eLmhln8znulPaYw?e=x7kol8			

Evidencias (fotos, poster, pieza gráfica, etc):



Lista de Asistentes:

**JORGE ALEJANDRO GONZALEZ
DANIEL GONZALEZ
LOPEZ TORRES NICOLAS DAVID
MEJIA MORA SERGIO ANDRES
CLAVIJO DIAZ BARNAND GABRIEL
GOMEZ FRIAS YULY ALEJANDRA
TINOCO TRUJILLO BLANCA NUBIA
OSCAR ALEJANDRO GONZALEZ
LIZETH TATIANA PERICO RIVERA
WILSON MAURICIO ALVAREZ SANTOS
ANGIE PAOLA AMAYA ACERO
ANDRES DAVID BURGOS RAMIREZ
LAURA CAMILA FUENTES SILVA
WENDY ALEXANDRA SOGAMOSO TIMOTE**

		FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR	
		RETO	
		Fecha: 04 de junio del 2025	
		Hora: 3:00 pm	
FACULTAD		Escuela de Negocios	
PROGRAMA		Mercadeo y Publicidad Asignatura: Sede: • Bogotá • Meta (x) • Virtual	
DOCENTE A CARGO:		Lizeth Tatiana Perico Rivera y Catalina Arenas	
TIPO DE MOVILIDAD:		Entrante Saliente	
CLASE DE MOVILIDAD:		• PA • PIC • Reto x • Clase Espejo • Certificaciones presenciales • Certificaciones virtuales • Empresarios en el aula • Visitas empresariales (x) • Certificación como Docente • Otro	
Datos del Participante Nombre del Participante: Estudiantes y Docentes Campañas publicitarias II y Plan de marketing. Empresa Participante o que Representa: Losaquis Correo de contacto: Losaquis.contact@gmail.com			
Desarrollo			
Actividad:		Marketing musical: LOSAQUIS	
Tema Para Desarrollar:		Campañas publicitarias orientadas al marketing experiencial y sensorial y plan de marketing estratégico.	
Forma de Presentación: (Virtual/Presencial)		Presencial	
Propósito de la Actividad: Contribuir al posicionamiento de banda musical alternativa, apoyando el arte y la cultura de la región Metense, a través de la planificación de una campaña publicitaria experiencial y sensorial en la que se genere un engagement con el público objetivo. Esto se convierte en la oportunidad perfecta para que los estudiantes que cursan el segundo nivel de campañas publicitarias puedan explorar el sector potencial que ofrece el marketing musical y todo el campo de trabajo y aplicación que pueden tener, toda vez que ellos ya han trabajado productos tangibles, algunos servicios tradicionales, esta marca se convierte en un verdadero reto y de lograrlo podran aplicar los conceptos en cualquier industria o sector, es una forma de sacarlos de su zona de confort y			

que comprendan que hay diversos tipos de clientes y marcas que pueden demandar los servicios como profesionales.

Realizar un plan de marketing que nos trace la ruta para una campaña publicitaria a la banda que pueda contribuir al posicionamiento de su música.

Que resultado se espera de la actividad:

Propuestas campañas publicitarias experienciales y sensoriales, plan de marketing y piezas.

Aspectos positivos de la actividad:

Ideas novedosas para aplicar.

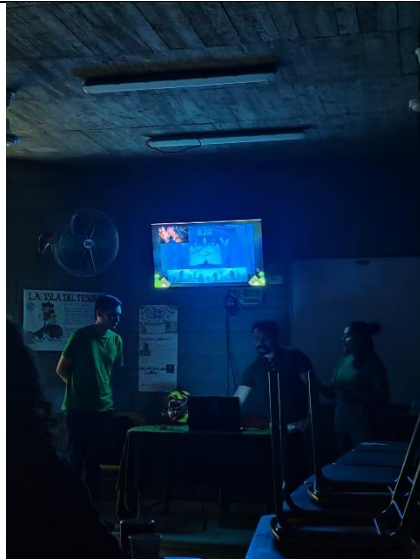
Ruta de estrategias innovadoras

Link y contraseñas de Grabaciones (si aplica):

https://unipanamericanaeduco-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/ltpericor_ucompensar_edu_co/Es-T2DulQItAnnPeub_ih68BPMFCZr5eLmhln8znulPaYw?e=x7kol8

Evidencias (fotos, poster, pieza gráfica, etc):





Lista de Asistentes:

**CHAPARRO CRISTANCHO DANA GAELI
CHICA SERNA MANUELA
LOPEZ TORRES NICOLAS DAVID
MARTINEZ FUENTES INGRID KATERINE
MEJIA MORA SERGIO ANDRES
PARDO GUAYACAN ANGIE CAROLINA
QUINTERO SAAVEDRA HERNAN SEBASTIAN
RAMOS DIAZ HEIDY LORENA
ROJAS MANCERA DANIELA
SALDARRIAGA MARTINEZ YEILYN GISEL
SOSA CANCEMANCE JEYSON FAVIAN
JULIAN DAVID
YULY ZABALA
ESTEBAN SANTANA
KAREN MORALES
CATALINA ARENAS
LIZETH TATIANA PERICO RIVERA**