Boletín no. 184 –>>

Exitosamente UAA llevó a cabo su cuarto Encuentro de Mercadotecnia contando con conferencias de talla internacional, paneles empresariales y presentaciones artísticas.

Volkswagen México, Centro Cultural Minero México, Radio Centro y Grupo de Economistas y Asociados (GEA) estuvieron presentes en este magno evento.

Cerca de 412 estudiantes de la licenciatura de Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes fueron parte del cuarto Encuentro de Mercadotecnia 2018 con el objetivo de que actualizaran sus conocimientos con las más innovadoras tendencias existentes en el mercado local y nacional, lo cual contribuyó al fortalecimiento del pensamiento crítico de los universitarios con pláticas de gran calidad formativa y la vinculación social que siempre ha distinguido a la Institución.

Este foro académico organizado por la UAA permitió a los estudiantes conocer proyectos y experiencias de profesionales del marketing de importantes empresas de talla internacional, como Volkswagen México, Centro Cultural Minero México (CCMM) y el Grupo de Economistas y Asociados (GEA), lo que abonará a que los futuros profesionistas desarrollen ideas que vinculen la responsabilidad social y la generación de nuevas estrategias de mercado para que en un futuro próximo obtengan buenos resultados a favor del crecimiento económico de la región.

El Encuentro de Mercadotecnia inició con la Conferencia “Engagement marketing”, a cargo de Elizabeth Díaz de León Olmos, directora del Centro Cultural Minero México (CCMM) y egresada de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, quien abordó la trascendencia de estrechar vínculos directos con la marca mediante tácticas de relevancia y de responsabilidad social encaminadas a motivar nexos permanentes con los consumidores.

De igual forma, también se contó con la presencia del especialista en retail marketing de Volkswagen México, Enrico Romo Neuhäusler, quien impartió la Conferencia “Estrategia digital para retail” presentándose con gran audiencia y participación de los estudiantes, debido a su interés por dirigirse a las nuevas generaciones para resaltar valores sociales como la responsabilidad, compromiso y la empatía que deben ser incluidos en estrategias digitales de mercadotecnia.

Finalmente, durante la muestra de los dos paneles empresariales “MxConfuturo”, encabezados por Ernesto Cervera Gómez, conductor del programa radiofónico “Poder y Dinero” y también director general del Grupo de Economistas y Asociados (GEA), y Alfonso Castellot, conductor de “Red Empresarial” en Grupo Radio Centro, se puso al alcance de la comunidad universitaria experiencias y contenidos de vanguardia para nutrir el saber profesional y aclarar dudas.

Fue de esta forma que la Universidad Autónoma de Aguascalientes concluyó con gran éxito la cuarta edición del Encuentro de Mercadotecnia que cumplió su objetivo principal de incentivar a la preparación integral de los alumnos mediante la vinculación laboral y así orientar las áreas en las cuales pueden desempeñarse los universitarios al egresar de este programa educativo.