



“Marketing, desafíos en la nueva era digital” se denominó el XIII Seminario de Marketing UBB que organizaron los estudiantes de segundo año de Ingeniería Comercial sede Chillán, en conjunto con los académicos Cristian Muñoz y Jessica Quezada. La actividad se realizó en el Aula Magna del campus Fernando May, y en la que se destacó el marketing digital, social media y big data.

La bienvenida estuvo a cargo del decano de la Facultad de Ciencias Empresariales, Benito Umaña Hermosilla, quien felicitó a los estudiantes por el trabajo realizado con la organización del seminario, y donde los jóvenes tienen un rol tremendamente activo.

La jornada contó con tres expositores, el licenciado en Ciencias Políticas, especialista en marketing, Adrián Ramírez, quien presentó *Marketing digital, branding y performance en el área de la automatización*, el ingeniero civil industrial, arquitecto de software, Gustavo Martínez, quien expuso *La era de los datos y big data para todos*, y el ingeniero comercial y CEO en Marketing en Fácil, Giancarlo Barbagelata, con *Sin marketing no hay paraíso*.

Con una charla dinámica, Barbagelata dio a conocer la realidad de la industria respecto al marketing digital, “es importante entender que las herramientas cambian. Hoy Facebook puede ser el más importante pero quizá mañana no, no obstante, la herramienta tendremos que entenderla con el nombre que sea”. Además, el profesional entregó a los asistentes una serie de consejos, con ayuda de ejemplos, sobre cómo potenciar una marca, por ejemplo.

“El marketing es un fenómeno, un hecho, y un proceso que se da, les guste o no, o lo estudien o no, ocurrirá de todas formas”, agregó el ingeniero comercial.

Es importante destacar que la actividad contó con la participación y colaboración de La Discusión, Radio Ñuble, Big Smile, S&A, Bci, entre otros.

Si desean conocer más sobre esta actividad, más información en:

<http://www.seminariodemarketingubb.cl/>

