



PROYECTO ELMER



ORGANIZADORES: ALUMNOS
DE LA CARRERA DE
INGENIERÍA EN MARKETING
CON PAHNEL
“COMUNICACIÓN,
ESTRATEGIA Y LIDERAZGO”

1) TÍTULO DEL PROYECTO: PROYECTO ELMER.

2) ORGANISMO EJECUTOR: Estudiantes de la carrera de Ingeniería en Marketing–
Universidad Nacional de Asunción.

3) JUSTIFICACIÓN:

El INGENIERO EN MARKETING debe tener la capacidad de investigar, diseñar, organizar, implementar, dirigir y auditar las variables que influyen en el mercado. Se sobreentiende que tales variables se renuevan con el tiempo.

PROYECTO ELMER busca impulsar espacios creativos con enfoque mercadotécnico dentro y fuera de la FPUNA para desarrollar la inteligencia comercial, en esta edición se presenta como un WORKSHOP: concepto que nombra a un evento en el cual los asistentes pueden formarse sobre un determinado tema de manera intensiva y adquirir nuevos conocimientos o habilidades.

Se busca crear las condiciones del proceso creativo y aprendizaje para abordar el cambio. Lo transformacional. La tarea no es dar respuestas, sino “alterar” a las personas, demandándoles la atención sobre un asunto, y activar su interés para involucrarse en el proceso creativo. Este proceso complejo se basa en la exaltación de la necesidad de crear. Mientras más creatividad envuelve a las personas, más compromiso se consigue de ellas.

En este contexto, el determinante crítico de involucrarse es la gestión de las relaciones, dicho de otro modo, NETWORKING, práctica que se basa en establecer una red de contactos, en las que se genera conversación, esto con el fin de establecer conexiones entre aquellos que encuentran intereses en común y les puedan ser de utilidad. El NETWORKING fortalece posiciones, aumenta la visibilidad y derriba obstáculos.

Por otro lado, las nuevas tecnologías de la comunicación y los nuevos soportes interactivos demandan, cada vez más, la adquisición de destrezas que aúnen al mismo tiempo conocimientos de realización multimedia y de creatividad. El concepto de INNOVACIÓN ha cobrado creciente relevancia en los últimos años y se ha transformado en un determinante fundamental de las posibilidades para crecer y competir en el mercado.

Por lo anteriormente mencionado se proponen dos charlas en primera instancia:

1. “INTELIGENCIA COMERCIAL”
2. “INNOVACIÓN”

Para inspirar, enseñar y comunicar conceptos importantes para el alto desempeño individual y el desarrollo de las actividades siguientes a realizar.