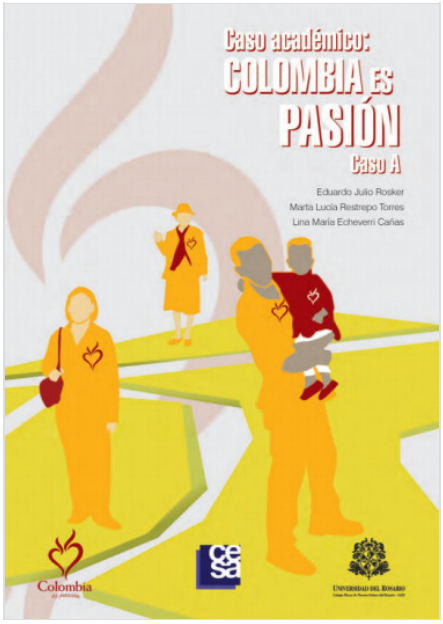
Caso académico: Colombia es pasión

Caso A

Autores
Eduardo Julio Rosker, Marta Lucía Restrepo Torres, Lina María Echeverri Cañas

Sinopsis

¡Wow! Esta es la primera expresión de un extranjero cuando llega por vez primera a Colombia, al maravillarse de sus paisajes, su infraestructura y la calidez de su gente. Lo que sabe de Colombia no es lo que ve en la realidad. Los colombianos utilizan la palabra berraquera para definir a su país.¿Wow?, ¿berraquera? Palabras. Finalmente, son expresiones que incluyen fuertes sentimientos que tratan de identificar a un país. Pero las expresiones no alcanzan, lo que se necesita es una imagen que comprenda e integre a Colombia tanto en el sentimiento interno como en la visión previa de qué es Colombia.La organización Imagen País, con Colombia es pasión como campaña comunicacional, ha tratado de diseñar las estrategias de marca país para la promoción de un sentimiento que permita poder invitar y darles la bienvenida a gran cantidad de extranjeros turistas, académicos, inversionistas y empresarios que no conocen el país.



Escanea para ver en línea

Impreso

Año de publicación: 2008

Presentación: Trade paperback (EE.UU) (Libro)

Tamaño: 17 x 24 x 0.3 cm

Número absoluto de páginas: 54 Páginas

ISBN13: 9789588378626

EJ

Sobre el autor

Eduardo Julio Rosker



Marta Lucía Restrepo Torres

País: ColombiaEmail: marta.restrepo@cesa.edu.coPerfil ProfesionalMagíster en Comunicación, con estudios en Alta Dirección del Inalde, experta en marketing y Comunicadora Social de la Universidad Javeriana. Perfil AcadémicoTiene Experiencia directiva de más de 20 años en empresas editoriales, de comunicación y el sector educativo. Paralelamente ha sido profesora universitaria desde hace 22 años en marketing e investigación aplicada, espacio en el que ha desarrollado métodos para la gestión de clientes y CRM, bajo el concepto Kapital Cliente). Ha publicado tres libros, más de 150 artículos en prensa y revistas especializadas sobre Kapital Cliente. Forma parte de la Red Iberoamericana de Mercadeo Relacional y CRM y desde hace catorce años dirige académicamente el Forum Latinoamericano de Mercadeo Relacional y CRM. Es Profesora asociada, investigadora y consultora del CESA. Su trabajo académico se ha presentado en Latinoamérica a través de cátedras como profesora invitada, consultoría, investigación aplicada y conferencias en foros internacionales.

Lina María Echeverri Cañas

País: Colombia Perfil Profesional Economista Empresarial de la Universidad Autónoma de Manizales, Magíster en Administración con énfasis en Mercadotecnia del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey ITESM y candidata a Doctora en Integración y Desarrollo Económico y Territorial de ULE/UTP. Perfil Académico Con una experiencias de 12 años en consultoría empresarial y docencia, en el área de investigación de mercados y diseño de planes de mercadeo. Fue Directora de programas de Economía Empresarial y de la Especialización en Negocios y Marketing Internacional de la Universidad Autónoma de Manizales. Ha desarrollado diversas investigaciones y publicaciones en temas administrativos y de mercadeo. También ha sido profesora invitada por las Cámaras de Comercio de Manizales y Pereira, Universidad Nacional de Colombia, Universidad del Rosario, La Salle College, Universidad Autónoma de Manizales y CESA.

E-Book

Año de publicación: 2008

Presentación: PDF (Digital: descarga)

Número absoluto de páginas: 56 Páginas

ISBN13: 9789588378626

Palabras clave

Mercadeo; Marcas de fábrica; Publicidad; Imagen corporativa; Colombia - identidad colectiva; Colombia - opinión pública extranjera

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen