



Tópicos de Marketing 2017

Asignación final: Lectura del libro Lovemarks, el futuro de las marcas.

El Mercadeo (Marketing) ha tomado en los últimos años una vertiginosa corriente de cambios que solamente aquellos que están realmente preparados para visualizarlos objetivamente y enfrentar a mediano y largo plazo dichos cambios, serán quienes logren permanecer y lleguen a convertirse en marcas líderes del mercado. Habiendo dicho esto, consideramos que es responsabilidad de quienes tenemos un poco más de tiempo de estar en la autopista del “marketing” el generar ese espíritu de competitividad en las nuevas generaciones, no solamente por medio de las marcas comerciales que en algún momento de sus vidas puedan llegar a administrar, sino en la proyección de sus marcas personales, imprimiendo los conceptos aprendidos a favor de un escalamiento profesional progresivo.

Es por ello, que la asignación final para el curso de “Tópicos de Marketing” es la lectura y adaptación de los conceptos plasmados en el libro **Lovemarks, el futuro más allá de las marcas**, a la vida real, al marketing de “yo” como marca “lovemark”, y al lograr posicionar alguna marca local, panameña, del terruño, como una marca “lovemark”.

De que algunas ya lo son, es cierto. De que hay muchas que podemos empezar a trabajar y posicionar en el mapa económico de “lovemarks” panameñas, en efecto las hay!!!. El espectro es tan amplio para nuestras marcas locales para ser exportadas y posicionadas en mercados extranjeros que algunas ya lo han hecho, pero la mayoría aún no.

Radica ahí la importancia de este trabajo final, donde los estudiantes ubiquen marcas locales que puedan tener proyección internacional. Para tal fin se les solicita la elaboración de un ensayo tomando como base la lectura total del libro **Lovemarks, el futuro más allá de las marcas**, y que a través de la lectura de dicho libro se nutran de conocimientos que no poseían y que los apliquen en un contexto de vida diaria.

Para ello, deberán realizar un ensayo que contenga al menos 5,000 (Cinco mil) palabras, en donde se enfoquen y expongan de manera objetiva los siguientes temas:

1. Qué es una lovemark?
2. Cuál ha sido la historia para establecer el concepto de lovemark?
3. Cuáles son los atributos básicos que una marca debería considerar para intentar convertirse en una lovemark?
4. Por qué es importante convertirse en una lovemark?
5. Cuál es el proceso para crear una lovemark?
6. Cómo explicas el manejo de las emociones primarias en la creación de una lovemark?
7. Brinda una explicación racional de cómo maximizar los conceptos que se derivan de los tres atributos básicos que se establecen para que una marca se convierta en una lovemark? Cite ejemplos globales.
8. Puede usted citar al menos tres ejemplos de marcas que usted considera son lovemarks panameñas y explicar el porqué de su raciocinio?
9. Explique qué usted haría para posicionar a nivel centroamericano, el “sancocho panameño” considerando todo lo aprendido en la lectura del libro Lovemarks y convertirlo en una. Explique detenidamente todo lo aprendido en el libro y adaptado a posicionar este particular producto nacional.

Formato de trabajo: Grupos de cuatro estudiantes (máximo)

Formato de presentación: **PDF** (No formato Word).

Formato de envío: **E-mail enviado a Ricardo.cajina@utp.ac.pa**

Fecha de presentación: Dic 5, 2017, hasta las 8:00 pm (Correos recibidos con fecha posterior no serán admitidos)

Valoración: Temas del 1 al 8 tendrán un valor de **10 puntos** cada uno si es expuesto en la forma correcta. El punto 9 tiene un valor de **20 puntos**, si es expuesto en la forma correcta.