



PUBLICIDAD & MERCADEO

P&M

Empresa, Área o UEN que requiere la Investigación:

La revista P&M es un medio de comunicación encargada de mantener actualizado a la comunidad informada de temas relacionados con el mercadeo, la publicidad y la comunicación en general, lleva más de 43 años en el medio cambiando la vida de cientos de mercadólogos, publicistas y comunicadores. Conoce todo sobre la publicidad y el mercadeo en Colombia y el mundo en revista P&M. 42 años comunicando, cocreando, convocando y conectando al sector.

A partir de 2020, la revista P&M pasó a ser de circulación bimestral y, por ende, le da mayor relevancia a los contenidos de análisis, monográficos y de consulta o con relevancia a largo plazo. El medio líder de la industria según Agency Scope 2020. Con 6 ediciones al año, 3 impresas y 3 digitales.

Propósito de la investigación

(La situación específica que lleva a la necesidad de realizar la investigación)

El paso de los medios impresos a digital crea la necesidad de entender la forma en que el público de interés para la revista P&M consume o consulta de este tipo de información, en este caso queremos enfocarnos en los intereses y opiniones de la generación Z, como futuros consumidores, y de esta forma saber con qué canales digitales podemos alcanzar a nuestros posibles suscriptores.



Antecedentes

(Información relevante de la situación abordada, la empresa, área o UEN que requiere la investigación, así como el contexto que la rodea en la actualidad)

Productos actuales:

Zona Premium

Contiene ebooks exclusivos, ebooks especiales, conferencias en video, un repositorio digital de los artículos publicados en la revista P&M y contenidos de análisis actuales y exclusivos. Además, una selección previamente curada, de los mejores podcast y entrevistas en vídeo, publicadas en los diferentes canales de P&M Digital.



Revista P&M

La revista insignia del sector de la publicidad, el mercadeo y la comunicación en Colombia, en la cual encontrarás artículos de análisis, dossiers, especiales y columnas de opinión, entre otros materiales publicados cada dos meses en las ediciones físicas y digitales de la revista P&M



Eventos P&M

Los eventos de la Revista P&M, son encuentros propicios para que los actores del sector compartan ideas, conocimientos y se impulsen profesionalmente:



-**TOP 10:** El reconocimiento a lo mejor de la publicidad y el mercadeo cada año.

-**WOMEN TO WATCH:** El reconocimiento a las mujeres que son ejemplo de liderazgo en el sector.

-**CREATIVE CONFERENCE:** Una jornada académica cargada de inspiración para mentes creativas.

-**GEMA:** Reconocimiento a las compañías que son ejemplo por su gestión estratégica de mercadeo del año.

-**CMO TRACKER:** Presentación de los resultados del panel de gerentes de mercadeo del país.

-**MARKETING CONFERENCE LATAM:** El evento que marca la agenda del sector y la dinamización de mercados en Colombia y Latinoamérica.

-**P&M LIVE:** Un espacio virtual, en el que todos los miembros de esta comunidad pueden conectarse para hablar sobre temas relacionados con la publicidad, el mercadeo y la comunicación.

-**WEBINARS P&M:** Espacio de interacción en el que expertos y aliados de P&M comparten conocimientos de valor agregado con la comunidad a través de un aula virtual, que permite la comunicación de doble vía.



Competencia directa

Marketing News Colombia
Exma
Copublicitarias
Merca2.0

Competencia indirecta

La República
El Espectador
El Tiempo
Portafolio

Objetivos de investigación (General y específicos)

Indagar cómo los estudiantes de Mercadeo, Publicidad, comunicación y diseño pertenecientes a la generación Z de las ciudades de Bogotá y Medellín acceden o consume la información sobre Publicidad y Mercadeo, y cuáles son sus intereses y opiniones desde la interacción a partir de estos medios.

Decisiones para tomar (Con la información reportada por la investigación, qué decisiones espera tomar y/o qué situaciones espera resolver)

Crear estrategias de involucramiento e interacción con clientes potenciales a largo plazo. Entendiendo sus intereses y formas de interacción con los medios relacionados con Mercadeo y Publicidad.

Aspecto principal a profundizar: (Cuál es el aspecto principal en que desea profundizar)

Hábitos, intereses e interacción de consumo digital en la generación Z respecto a los temas de Mercadeo y Publicidad.

Segmento objetivo: (Cuál es el grupo de personas que requiere sean sujetos del estudio)

Jóvenes entre 18 y 25 años, estudiantes de mercadeo, comunicaciones, diseño o publicidad de la ciudad de Bogotá y Medellín

Alcance y cobertura del estudio: (Cuál es el alcance geográfico de la investigación)



Bogotá y Medellín.

Metodología sugerida: (Cuenta con o conoce alguna metodología que desee sugerir para la presente investigación)

NO

Estudios previos existentes: (¿Dispone de estudios previos relacionado con el objetivo del presente tema? De ser así, ¿estaría dispuesto a facilitarlos?)

Estudios de audiencia de clientes actuales.