

JORNADAS BUSINESS



Sábado 14
de abril



18:00 h a 20:00 h



Foro ExpoÓptica
Pabellón 9

SOCIEDAD DIGITAL Y COMUNICACIÓN SANITARIA EN EL SIGLO XXI “De un mercado de millones a millones de mercados de uno”

Ponentes: Laura Martínez Espinosa, Luis Enrique Martínez Martínez



Laura Martínez Espinosa

Laura Martínez Espinosa es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y licenciada en Periodismo. Obtuvo el Título de Estudios Avanzados por la Universidad Cardenal Herrera y es doctor sobresaliente Cum Laude en Comunicación, Publicidad y RRPP por esta misma Universidad.

Laura es experta en comunicación digital y nuevas tecnologías de la comunicación y la información, además de embajadora en Alicante y especializada en la plataforma Hootsuite, por Hootsuite University en Canada.

Profesora impartiendo seminarios sobre Análisis y Métrica en Internet en el máster Oficial de Optometría Avanzada y Salud Visual de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Alicante. Además, es profesora invitada en el máster de Industrias Creativas de la Facultad de Empresariales de la Universidad de Alicante.

Laura Martínez ha impartido seminarios sobre comunicación en diferentes partes de España. Entre ellas, el Congreso Nacional de Comunicación de Cruz Roja Española, el Congreso Internacional de CyberPeriodismo en la Universidad de País Vasco, el VI Congreso de Comunicación Interactiva en la Universidad de las Islas Baleares entre otros. Miembro de la RedAUTI de investigación en Televisión Digital Interactiva y en OPTOM17 en Barcelona.

Finalista en el concurso internacional de creatividad de la empresa eléctrica ENEL. Ha trabajado en Radio Alicante Cadena SER y Radio Elche Cadena SER. En la actualidad es CEO la Agencia de Publicidad, RRPP y Comunicación Digital MIRAVORE. En la actualidad, investiga sobre los Procesos y Estrategias de Comunicación en Internet, redes sociales, publicidad y tercera edad. Coautora del libro “Redes Sociales para Padres y Educadores” y coautora de la “Guía de Empleo y formación”. Además de artículos publicados en revistas de investigación e impacto.



Luis Enrique Martínez Martínez

Es diplomado en Óptica y Optometría y licenciado en Publicidad y RRPP en la UOC y obtuvo el doctorado sobresaliente Cum Laude en Comunicación, Publicidad y RRPP por la Universidad de Alicante.

Desempeña labores docentes e investigadoras como Profesor TEU en el grado de Óptica y Optometría y en el máster universitario de Optometría Avanzada y Salud Visual de la UA. En la actualidad es responsable de las asignaturas: Contactología I en el Grado y Deontología y Gestión Profesional en el máster.

En lo político profesional, fue delegado provincial del Colegio en Alicante, miembro de la Junta de Gobierno de la Delegación de Valencia y vocal nacional electo de la Junta de Gobierno Nacional del Colegio Nacional de Ópticos Optometristas.

Su labor investigadora se centra en el análisis de procesos de estrategias de comunicación digital en Internet y las relaciones entre la comunicación publicitaria, la visión, la audición y sus públicos objetivos. Por otro lado, investiga y analiza la arquitectura web, usabilidad y accesibilidad de productos TIC. Investigador principal del grupo de investigadores de la UA que colabora con la red internacional universitaria “RedAuti” cuyas investigaciones analizan la denominada Televisión Digital Interactiva, además es miembro del grupo de Investigación COMPUBES analizando la comunicación dirigida a poblaciones especiales.

Fruto de sus investigaciones han sido publicaciones en revistas de investigación indexadas y de impacto, además de impartir conferencias en congresos internacionales organizados en diferentes universidades. Por otro lado, es coautor del libro “Redes Sociales para Padres y Educadores” y de la “Guía de empleo y formación”.



OBJETIVO GENERAL

Reflejar el estado de la sociedad digital y comunicación sanitaria actual, con especial referencia al sector óptico optométrico, destacando las limitaciones, retos y posibilidades en cuanto a la comunicación sanitaria del siglo XXI y el profesional óptico-optometrista. En todo momento se promocionará y gestionará la interacción con los asistentes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-Dar a conocer el estado actual de la sociedad digital y el sector sanitario (óptico y optométrico), las tendencias actuales en distribución, comunicación y en el comportamiento del consumidor sanitario.

-Orientar al profesional óptico-optometrista en la gestión estratégica de su comunicación para capacitarlo frente a los retos del siglo XXI.

-Formar al profesional óptico-optometrista frente al reto que supone el creciente consumo de medios on-line y redes sociales en el consumidor del sector salud.

RESUMEN

El primer tema que se aborda incluye el estado de la cuestión en cuanto a características de la sociedad digital actual y los procesos y comportamiento

del consumidor sanitario. Indagando sobre posibles escenarios futuros y la oportunidad, con carácter necesario, de que el óptico-optometrista y los organismos representativos se conviertan, a través de la comunicación efectiva y eficiente, en referentes de contenidos y de búsqueda de contenidos, con el fin de convertirse en grupo de interés y confiable. Relaciones entre la marca personal y la marca profesional. Nuevas tendencias en comunicación y tipos de discurso.

El segundo tema tratado en el taller, hace referencia a la necesidad de una mínima planificación estratégica de la comunicación en el sector óptico-optometrista. Para ello, se dan las claves y guías básicas para que cualquier gestor de un negocio de este tipo pueda planificar su comunicación. Se proporcionan recomendaciones para la contratación de estos servicios así como de medición de resultados. Además, se proporcionan ejemplos de la estrategia seguida por tres grandes empresas del sector.

El tercer bloque se centra en descubrir las herramientas que nos permitirán realizar un seguimiento y analítica adecuada del contexto dentro de un perímetro concreto, además del seguimiento y métrica de la estrategia de comunicación propuesta y gestionada por el óptico-optometrista.

ORGANIZA:



AVALA:



COLABORA:



COLABORACIÓN ESPECIAL:

