

# *“Pleito” de ideas: Aprendizaje colaborativo entre escuelas aplicado a un problema real*



**Jornada de Innovación  
Educativa 2012**

Por:  
José Martín Morillo  
Facultad de Negocios  
Escuela Mercadeo  
UNIBE

- ✓ Objetivos
- ✓ Metodología
- ✓ Charlas académicas
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Supervisión
- ✓ Presentación
- ✓ Evaluación
- ✓ Premiación



LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA  
Y LA ESCUELA DE MERCADEO  
PRESENTAN

## 4<sup>TA</sup> COMPETENCIA CREATIVA

De Estudiantes de Mercadeo y Publicidad

Una competencia espectacular con estudiantes de las carreras de Mercadeo y Comunicación Publicitaria de **UNIBE** para premiar el mejor equipo creativo

**Fecha:** Jueves 28 de Junio 2012 • **Hora:** 8:00 AM - 6:00 PM • **Lugar:** Auditorio, UNIBE  
**Pre-Venta:** \$600.00 • **Mismo Día:** \$1,200.00

### AGENDA

- 8:00 AM Inicio del evento a cargo de las palabras del Director de la carrera de Mercadeo, José Martín Morillo
- 8:15 AM Conformación de grupos (10 estudiantes por equipo)
- 8:30 AM Presentación Brief Ejecutivos de TPAGO
- 9:00 AM Charla "Autobranding" de Poteleche, Director Creativo de Young & Rubicam
- 10:00 AM Charla de Freddy Jana, Director Creativo de Partners Ogilvy
- 10:45 AM Presentación Estrategias Blanco y Negro
- 11:30 AM Charla de Iamdra Fermin, Comunicadora y Presentadora de TV, Mercadóloga
- 12:30 PM Almuerzo
- 2:00 PM Charla "Campaña Publicitaria Marca Ciudad: Hato Mayor" de Sergio Forcadell, Presidente Forcadell FWI
- 3:00 PM Charla de Tabaré Blanchard, Post Producer, Músico y Director de Cine
- 4:00 PM Break
- 4:20 PM Inicio de Presentaciones
- 4:20 - 5:10 PM Grupos Pares
- 5:10 - 5:40 PM Grupos Impares
- 5:40 PM Palabras de TPAGO y Premiación

"Pleito de Ideas" es una jornada innovadora que integra contenido académico y Aprendizaje Colaborativo en el marco de una competencia entre equipos.

La Competencia Creativa es una clase experiencial en la que estudiantes presentan campañas impactantes, logrando la funcionalidad en el uso de las piezas y les muestra la rapidez con la que trabajan las agencias sin olvidar la calidad.



Fortalecer el trabajo colaborativo entre las escuelas de Mercadeo y Comunicación Publicitaria



Dotar a los estudiantes de conocimientos actualizados en el área de la Comunicación Integrada de Marketing



Exponer a los estudiantes a la experiencia con situaciones críticas y de urgencia que puedan tener lugar en las agencias publicitarias

## Previo a la actividad:

- ✓ Selección y reunión preliminar a la empresa invitada (cliente)
- ✓ Convocatoria de charlistas
- ✓ Preparación de una agenda de trabajo

## Ejecutivas de TPAGO explicando el Brief



**María Teresa Ferreiro, Directora Comercial,  
GCS Systems**



**María Elena Moré, Gerente Mercadeo,  
GCS Systems**



“Creatividad”



Freddy Jana, Dir. Creativo Partners Ogilvy

“Autobranding”



Poteleche, Dir. Creativo Young & Rubicam

“Producción Publicitaria”



Tabaré Blanchard, Post Producer, Músico,  
Director de Cine

“Producción de TV”



Iandra Fermín, Comunicadora, Mercadóloga



## “Campaña Publicitaria Marca Ciudad: Hato Mayor”



Sergio Forcadell, Presidente Forcadell FWD

- ✓ Elaboración de “Hard Copy” por cada uno de los equipos
- ✓ Presentaciones de “Hard Copies” a los asistentes y cliente
- ✓ Preparación de campañas y diseños de piezas de comunicación







NOMBRE DEL GRUPO  
EJE DE COMUNICACION

---



---

**CRITERIOS**

(siendo 1 el menor y 5 el mayor)

|                            |   |   |   |   |   |  |
|----------------------------|---|---|---|---|---|--|
| Apego al Brief             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Planteamiento de Obejtivos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Creatividad                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Analisis del Consumidor    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Estrategia de Comunicacion | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| (BTL)                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Produccion                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Plan de Medios             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Presupuesto                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Presentacion Digital       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| Presentacion Verbal        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| <b>PUNTUACION TOTAL</b>    |   |   |   |   |   |  |



Tras la deliberación interna del jurado, tres equipos fueron seleccionados finalistas.

La campaña con el concepto "TPago 24/7" resultó ganadora del primer lugar, por lo cual el equipo recibió un trofeo de reconocimiento otorgado por la Escuela de Mercadeo y la suma en efectivo de RD\$55,000.00 pesos a nombre de TPago.





*Video con las incidencias del "Pleito" de ideas: Aprendizaje colaborativo entre escuelas aplicado a un problema real"*







SANTO DOMINGO, D.N.  
27 octubre 2012

Muchas Gracias!!

Esta ha sido una presentación  
de la Escuela de Mercadeo  
Para la Jornada de Innovación  
Educativa 2012  
Universidad Iberoamericana - UNIBE