
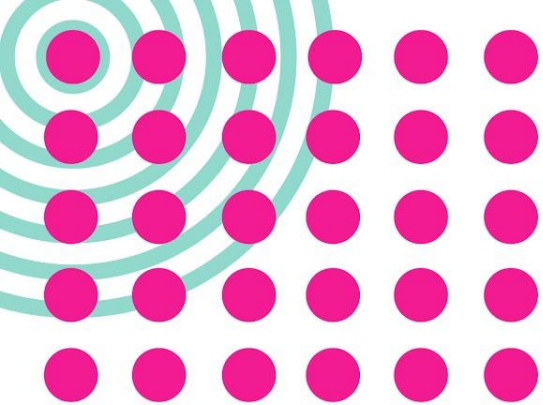


**Antes de enseñar lo que
sea a quien sea,
al menos hay que
conocerle.**

**¿Quién acude, hoy día,
a la escuela, a la
universidad?**



**Pulgarcita
Michel Serres, 2014.**



ERA PUBLICITARIA

Experiencia Real de Aprendizaje Publicitario





ESTUDIANTES

**Espacio donde practican
Publicistas en formación.**

**Y funciona como una Agencia
de publicidad, con gente, con
marcas, con roles, con clientes,
con problemáticas, con tiempos
de entrega, con pauta...**

...y todo para ya.



InHouse Cartagena de India



ESTUDIANTES

¿Quiénes son?

- »»» Diferentes semestres.
- »»» Competencias propias del nivel en el plan de estudios.
- »»» Número reducido de estudiantes en cada nivel y el programa.



¿Cómo son?

generación global*

Mente abierta
Soñadores
Experienciales
Creativos
Sociales
Promotores de la igualdad y la ecología
Deportistas
Dueños de sí mismos
Digitales
Aliados
Contradictores
Individuales
Temen al fracaso
Viven de lo que les gusta



InHouse Cartagena de India

Formato de agencia de publicidad presente en la mayoría de programas de Publicidad.

Estudiantes voluntarios (semillero o práctica), con competencias avanzadas en lo disciplinar.

Dedicada a realizar comunicaciones publicitarias para la empresa, institución a la que pertenece.

Lugar que espera que los estudiantes vayan para realizar una práctica.



¿CUÁL ES EL RETO?

HIBRIDACIÓN

ASIGNATURAS

Proyecto campaña visual
ATL – BTL

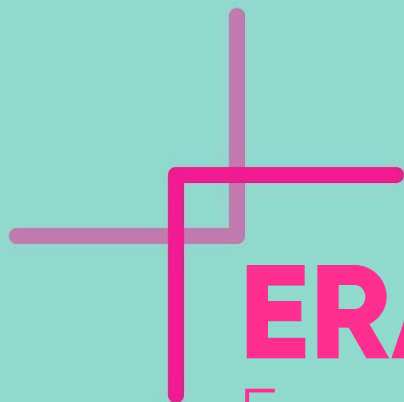
Semestre: IV
8HP – 16TI

Proyecto campaña publicitaria
Cliente Real

Semestre: VII
8HP – 16TI

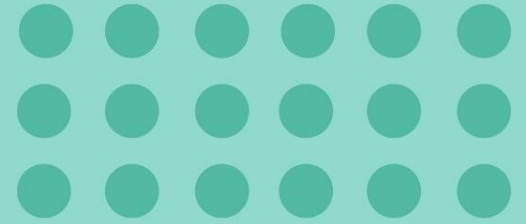
NO ES UN LUGAR

ES UN **ESPACIO** QUE PRIVILEGIA
LA **EXPERIENCIA** DEL ESTUDIANTE
A TRAVÉS DEL **SABER HACER**

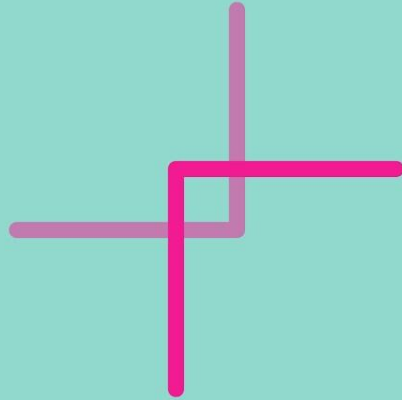


ERA PUBLICITARIA

Experiencia Real de Aprendizaje



INNOVACIÓN DISCIPLINAR



La enseñanza – aprendizaje
también se **construye** en la
calle, con **gente** que no es
docente y en un **contexto**
que no es el aula.





METODOLOGÍA



1


Sillabus
Metodología
ERA Trabajo
colaborativo
Clase ABP
Clase invertida

2

Implementación de
roles, grupos
creativos.
Clientes y proyectos
reales.
Tráfico.

3

Desarrollo
estratégico,
creativo y
de pauta.





METODOLOGÍA

Clientes Reales

1

**Investigación.
Clientes Reales.
Primera visita.**

I Corte
1-5 Semanas

2

**Estrategia
publicitaria.
Desarrollo
conceptual.
Segunda visita.**

II Corte
6-10 Semanas

3

**Creación piezas
publicitarias.
Plan de medios.
Tercera visita.**

III Corte
11-15 Semanas





ROLES

1

**DIRECTOR
CREATIVO**

Docente

2

**PLANNER
EJECUTIVO DE
CUENTA**

Proy. ClienteReal

3

DUPLAS CREATIVAS

Copy-Creativo
Gráfico

Proy. ATL - BTL





UN
CLIENTE
REAL

CARTAGENA



cómovamos



CARTAGENA **cómo vamos**



EL 70% DE LOS JÓVENES NOS ENCONTRAMOS EN LOS ESPACIOS RECREATIVOS DE LA CIUDAD ¡PODEMOS SER MÁS!

En todos los lugares de Cartagena, los jóvenes somos mayoría.

DANIEL
21 años

¡VOTEMOS!
Este 27 de Octubre

#SOMSMAYORÍA

¡Síguenos
@Cgenacómo vamos

CARTAGENA **cómo vamos**

EL 46% DE LOS JÓVENES DE CARTAGENA TENEMOS SENTIDO DE PERTENENCIA POR NUESTRA CIUDAD ¡PODEMOS SER MÁS!

En todos los lugares de Cartagena, los jóvenes somos mayoría.

¡VOTEMOS!
Este 27 de Octubre

#SOMSMAYORÍA

KELLY
18 años

¡Síguenos
@Cgenacómo vamos



CARTAGENA **cómo vamos**

SOMOS 214.392 JÓVENES HABILITADOS PARA VOTAR EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES ¡PODEMOS SER MÁS!

En todos los lugares de Cartagena, los jóvenes somos mayoría.

¡VOTEMOS!
Este 27 de Octubre

JESSICA
18 años

#SOMSMAYORÍA

¡Síguenos
@Cgenacómo vamos

CARTAGENA **cómo vamos**



Presentación Ruta estratégica Cartagena Cómo Vamos.
Lanzamiento de la Campaña #SOMSMAYORÍA
Agosto 27, 2019
<https://www.youtube.com/watch?v=o25cwwwmzTQ>

CARTAGENA

cómovamos



Evolución Caribe

Un horizonte compartido para la nación



casa
MUSEO
RAFAEL
NÚÑEZ



Latin Store



MUSEO DE ARTE MODERNO DE CARTAGENA



NUESTROS CLIENTES



NUESTRAS CAMPAÑAS



**Campaña publicitaria Primivotantes
CCV - 2019-1S**

<http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/somos-mayoria/>

**Fundación Evolución Caribe:
Campaña publicitaria Concurso musical
"Por mi voto no decide otro" 2019-1S 3.**

Premios Apolo: <https://premiosapolo.wixsite.com/misitio>

**Casa Museo Rafael Núñez: Estrategia de
marca y de comunicaciones en las
redes sociales.**

**EPA Cartagena: Protección de especies en
vía de extinción.**

[www.utadeo.edu.co/es/tadeo-caribe/noticia/
destacadas/noticias-tadeo
caribe/25681/la-inhouse-cartagena-de-indias-se-une-
al-rescate-de-especies-en-de extinción](http://www.utadeo.edu.co/es/tadeo-caribe/noticia/destacadas/noticias-tadeo-caribe/25681/la-inhouse-cartagena-de-indias-se-une-al-rescate-de-especies-en-de-extincion)





UN SALUDO DE LA ICI

ERA PUBLICITARIA

Experiencia Real de Aprendizaje Publicitario

ximena.torresr@utadeo.edu.co
@ICI_Cartagena | facebook.com/ICI_InHouse
@UtadeoCaribe | @Utadeo_edu_co



