

Marketing arqueológico



Zazil Loewe | Campus Cuernavaca

59 alumnos de preparatoria y profesional provenientes de 5 instituciones educativas del Estado de Morelos, participaron durante **24 horas en el Mobile Marketing Boot Camp** organizado por la Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey en Cuernavaca, con apoyo del grupo estudiantil de Mercadotecnia y Comunicación GEMYC. El evento se llevó a cabo del 9 y 10 de marzo en el Campus Cuernavaca.

El evento consiste en que **los participantes de preparatoria vivan el quehacer de la mercadotecnia**, así como complementar los conocimientos de los alumnos de universidad, a través de **un reto con aplicación real**, en dónde adquieran herramientas al tener talleres y conferencias impartidas por expertos, así como un tiempo límite para **desarrollar en equipo una estrategia de mercadotecnia digital**.

Alumnos reciben talleres de foto, video y redes sociales

"Es muy enriquecedor ver la forma en que los alumnos se integran de forma multidisciplinaria para trabajar en equipo y resolver el reto. Esto es uno de los pilares del evento, ya que buscamos

fortalecer competencias como innovación, resiliencia, creatividad y trabajo bajo presión", explicó la Mtra. Olga Chagoyán, Directora de la carrera de Mercadotecnia y Comunicación y organizadora del evento.

El reto de esta edición, consistió en **desarrollar una campaña en 24 horas para la zona arqueológica de Xochicalco**, ubicada en el municipio de Miacatlán, Morelos, la cual fue afectada por el sismo del 19 de septiembre de 2017 y recientemente abrió sus puertas nuevamente. Con el uso de redes sociales, foto y video, los participantes debieron **generar una estrategia que buscara incrementar el flujo turístico de visitantes**.

Durante la creación de campaña en la zona arqueológica de Xochicalco

Las campañas fueron **evaluados por el Director y la Diseñadora Gráfica de la Zona arqueológica de Xochicalco**, siendo los ganadores los equipos: Dorilocos, de la categoría de preparatoria, y Manva de universidad.

"Es la primera vez que participo en el evento y fue una grata experiencia. Me hizo darme cuenta que no debemos rendirnos y siempre hay que dar el 200% en todo lo que hagamos. Fue muy satisfactorio ver que nuestra campaña fue elegida como la mejor de universidad y que tiene mucho potencial de ser utilizada por el sitio arqueológico para su promoción", expresó Samantha Juárez, alumna ganadora del equipo Manva y estudiante de Mercadotecnia y Comunicación del campus.

Los ganadores se llevaron paquetes otorgados por los patrocinadores: Liverpool, Unilever, P&G, ConceNast y la Zona Arqueológica, Las Casas B+B.

Ganadores del Mobile Marketing

Datos generales del evento:

- **59 alumnos participantes** de preparatoria y de las carreras de Administración Financiera, Administración y Estrategia de Negocios, Negocios Internacionales y Mercadotecnia y Comunicación.
- **20 alumnos y 4 profesores** (Ernesto Juárez, Enrique Gastelúm, Olga Chagoyán y Mildred Berrelleza) participaron como **staff** del evento.
- Se impartieron **talleres** de: fotografía, video, storytelling, marketing viral y diseño gráfico.
- **Egresados** impartieron las **conferencias** de: Estrategias de marketing digital (Rodrigo Pineda de "<http://www.dilofutbol.com/>"), Content manager (Larisa Pulido, fotógrafa y editora de "<http://yuyaoficial.com/>") y Geolocalización (Diego Pulido).

