UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO | Marketing
Facultad de Ciencias Empresariales

CONCURSO INTERESCOLAR

VIVE EL Marketing EN LA PACÍFICO

Organizado por: Carrera de Marketing

BASES DEL CONCURSO

CONCURSO INTERESCOLAR
VIVE EL MARKETING EN LA PACÍFICO
BASES DEL CONCURSO

I. Objetivos

El Vicedecanato de Marketing de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Pacífico organiza el Concurso Interescolar Vive El Marketing en la Pacífico. Su objetivo es incentivar el pensamiento creativo, analítico y el trabajo en equipo, mediante la resolución de un caso propuesto por un grupo de expertos en marketing.

II. ¿Por qué concursar?

- Porque pone a prueba el lado creativo y las habilidades para la resolución de casos de los participantes.
- Porque permite conocer conceptos básicos de la carrera de Marketing.
- Porque permite recibir feedback y recomendaciones de profesores y expertos de marketing.
- Porque puede ganar **una beca de estudio** de un curso de la PRE Pacífico, cada uno de los integrantes del equipo ganador. Esta beca aplica para el "Ciclo de Nivelación Escolar-Ciencias" o en el "Ciclo de Nivelación Escolar-Integral".

III. ¿Quiénes pueden participar?

El concurso está dirigido a alumnos de tercero, cuarto y quinto año de secundaria o Bachillerato Internacional de colegios de Lima y provincias.

IV. Dinámica del concurso

ETAPA 1: BIENVENIDA Y TALLER

El equipo debe registrarse a través de la web del concurso, completando todos los campos obligatorios de inscripción.

- El equipo debe asistir a la Universidad en la fecha y hora solicitada.

En esta etapa, se hará una breve presentación de las bases del concurso, se realizará el taller de Fundamentos de Marketing (45 minutos) y se presentará el reto de marketing (30 minutos).

ETAPA 2: RESOLUCIÓN DE CASOS

Culminado el taller de Fundamentos de Marketing, se presentará el reto de marketing a cargo de la empresa Thermos. Posterior a ello, los alumnos contarán con una hora y media para desarrollar el reto y estarán a disposición profesores de la Universidad, quienes los podrán guiar en la estructura de la resolución del reto.

ETAPA 3: ENTREGA DE RESOLUCIÓN DE CASOS

- A las 7:00 p. m., los grupos deberán entregar un Power Point con la resolución del reto (ver Anexo 1) y un reel de no más de 1 minuto (en formato mp4), los cuales deberán ser enviados al correo electrónico l.montesdeocaf@up.edu.pe
  El video reel enviado será posteado en el Instagram de la carrera (@carreramarketing.up) para que los equipos puedan generar su nota de engagement (sumatoria de likes, shares y comments), los cuales serán contabilizados hasta las 8:00 p. m. Se subirán los reels conforme sean enviados al mail indicado.

- En esta etapa, los equipos serán evaluados por el profesor asesor designado y se nombrará a los 2 mejores equipos por aula (aula H-504, H-506 y H-507) y 3 mejores equipos en Emprende UP, quienes pasarán a la ronda final.

- Los equipos que no pasen a la siguiente etapa, recibirán una asesoría con un profesor designado, a fin de que les brinde el feedback sobre el trabajo presentado.

ETAPA 4: FINAL Y PREMIACIÓN

- En esta etapa, los 9 equipos finalistas serán evaluados por un jurado calificador sobre la base de la exposición de la resolución, la presentación del reel y conforme con las rubricas del concurso.
- El equipo deberá exponer durante un máximo de 5 minutos, presentando la resolución del caso, a través de un PowerPoint frente a un jurado evaluador y el envío del reel.
- El jurado calificador podrá realizar preguntas a cada grupo, durante un máximo de 2 minutos. La resolución a las preguntas también será evaluada.
  En esta etapa, el jurado calificador expondrá los criterios de elección (Anexo 2) y anunciará a los ganadores del 3.er, 2.do y 1.er puesto.

JURADO CALIFICADOR

El jurado calificador: Estará compuesto por una (1) autoridad de la Universidad del Pacífico, un (1) (representante de la marca) y un (1) experto de marketing.

V. Bases y condiciones

- El número de integrantes por equipo es de tres (3) alumnos como mínimo y cuatro (4) máximo.
- El equipo puede estar conformado por alumnos de 3. °, 4. ° y 5. ° de secundaria o Bachillerato internacional del mismo colegio.
- Los casos deben ser resueltos por los mismos integrantes del grupo.
- La presentación de la resolución al desafío creativo no debe:
  a. Ser de carácter violento o bélico.
  b. Fomentar la violencia física o psicológica.
  c. Emplear palabras, sonidos o imágenes ofensivas u obscenas.
- El equipo se considerará inscrito oficialmente luego de registrarse a través de la web del concurso, completando todos los campos obligatorios de inscripción.
- Cada equipo tendrá que asistir con su propia laptop para el desarrollo y final del concurso. Sugerimos que la laptop cuente con entrada de cable HDMI o VGA, dependiendo del equipo.

Los resultados del concurso son inapelables y la Universidad se reserva el derecho de publicación de resultados individuales.

VI. Programa:

Actividad	Fecha	Lugar
Registro de participantes	Viernes 20 de octubre de 3:30 a 4:10 p. m.	Hall del Pabellón H
Palabras de bienvenida y explicación del concurso	Viernes 20 de octubre de 4:10 a 4:15 p. m.	Auditorio Juan Julio Wicht
Taller de Fundamentos de Marketing	Viernes 20 de octubre de 4:15 a 5:00 p. m.	Auditorio Juan Julio Wicht
Presentación y reto de Marketing a cargo de Thermos	Viernes 20 de octubre de 5:00 a 5:30 p. m.	Auditorio Juan Julio Wicht
Workshop – Resolución del reto de Marketing	Viernes 20 de octubre de 5:30 a 6:30 p. m.	Emprende UP – Aula H 504, H 506 y H 507
Workshop – Elaboración de reel	Viernes 20 de octubre de 6:30 a 7:00 p. m.	Emprende UP – Aula H 504, H 506 y H 507
Entrega de resolución de casos y reel	Viernes 20 de octubre 7:00 p. m.	Emprende UP – Aula H 504, H 506 y H 507
Generación de nota de engagement en base al reel publicado en las redes	Viernes 20 de octubre de 7:00 a 8:00 p. m.	Instagram de la carrera @carreramarketing.up
Evaluación y nombramiento de finalistas	Viernes 20 de octubre de 7:00 a 7:30 p. m.	Emprende UP – Aula H 504, H 506 y H 507
Exposición de los equipos	Viernes 20 de octubre de 7:30 a 8:30 p. m.	Auditorio Maes Heller
Deliberación y Resultados de equipo ganador:	Viernes 20 de octubre de 8:30 a 8:40 p. m.	Auditorio Maes Heller

VII. Premio

A todos los alumnos participantes se les otorgará un certificado virtual de participación.

Asimismo, los alumnos que obtengan el primer, segundo y tercer lugar, se les otorgará un certificado virtual de su posición en el Concurso Interescolar Vive El Marketing en la Pacífico.

EQUIPO GANADOR

Cada alumno del equipo ganador obtendrá como premio el otorgamiento de una Beca completa en el "Ciclo de Nivelación Escolar- Ciencias" o en el "Ciclo de Nivelación Escolar- Integral" que se ofrece cada verano y de manera presencial, en la Escuela Preuniversitaria de la Universidad del Pacífico.

CONDICIONES APLICABLES:

- El premio es personal e intransferible. No podrá ser canjeado ni modificado.
- El premio no será entregado, total o parcialmente, en efectivo bajo ninguna circunstancia, debido a que se trata de un beneficio para el pago de los montos previstos como costos de matrícula y derechos de enseñanza.
- El beneficio se activará en el verano inmediato siguiente al concurso. De no utilizarse dentro de este periodo, el beneficio se perderá.
- Los ganadores podrán elegir su matrícula en el “Ciclo de Nivelación Escolar-Ciencias” o en el “Ciclo de Nivelación Escolar- Integral”. No obstante, si por algún motivo alguno de ellos no se ofrece, el ganador deberá optar por la alternativa vigente en el momento de la aplicación del beneficio.
- El beneficio de este premio no es acumulable con otro beneficios, premios o descuentos a los que puedan acceder los ganadores del concurso.
- El beneficiario se sujetará a los reglamentos, normas y políticas de la Escuela Preuniversitaria de la Universidad del Pacífico.

ANEXO N.° 1

FORMATO

PÁGINA 1

- Introducción
- Objetivos de marketing

PÁGINA 2

- **Estrategia de Segmentación**

  Descripción del Público objetivo (sexo, edad, NSE, intereses, personalidad)

PÁGINA 3

- **Análisis Situacional**

  Análisis FODA

PÁGINA 4

- **Campaña propuesta**

  Objetivos de comunicación

  Concepto de campaña (mensajes)

  Definición de los canales de comunicación

PÁGINA 5

- Recomendaciones generales para la marca

ANEXO N.° 2
RÚBRICA DE EVALUACIÓN

La evaluación la realizará un jurado calificador que estará compuesto (1) autoridad de la Universidad del Pacífico, un (1) (representante de la marca) y un (1) experto de marketing.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificación de oportunidad de mercado (10 puntos)

Demuestra la existencia de una oportunidad de mercado identificada mediante la aplicación de principios de segmentación.

Orientación al consumidor (10 puntos)

Investiga al consumidor en campo o con fuentes secundarias, encuentra insights que son la base de las propuestas.

Coherencia (10 puntos)

Coherencia con el contexto externo, entorno competitivo y situación actual de la empresa.

Enfoque estratégico y habilidad para la resolución del problema (10 puntos)

Alineamiento con los objetivos de negocio de la marca. Uso adecuado del presupuesto asignado, de ser el caso.

Innovación (10 puntos)

Grado de novedad / creatividad que representa la propuesta de resolución del desafío.

Generación de valor (10 puntos)

Descripción del impacto en la comunidad y en la marca. Se demuestra que el proyecto es aplicable y que tiene potencial para generar valor a la marca.

Sostenibilidad y ética (10 puntos)

Demuestra responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente.

Comunicación (10 puntos)

Elocuencia y buen desenvolvimiento en el momento de la presentación del caso final ante el jurado y los invitados. Se comunica la idea y resolución del caso de manera clara y efectiva. Se demuestra la capacidad de síntesis, visualización y persuasión de la solución del desafío. Se demuestra la capacidad de convicción y fluidez al presentar y argumentar la idea.

Engagement (10 puntos)

El público en general podrá votar por el reel que más le guste en el Instagram de la carrera @carreramarketing.up . Durante una hora, se recopilarán la sumatoria de likes, shares y comments para generar la nota de engagement.

Argumentación (10 puntos)

Se sustenta el plan de marketing aplicando los conceptos básicos de la disciplina. Se demuestra la creatividad de la presentación. Hay seguridad y confianza en la presentación y defensa de la propuesta de resolución del desafío.