



Lección basada en arte sobre Márketing

Guía de sesiones de coaching para
Educadores de adultos

Objetivos de aprendizaje y resultados de esta sesión:

OBJETIVOS	RESULTADOS
Capacitar sobre cómo desarrollar un plan de marketing mediante la elección de técnicas y herramientas de marketing para promover un producto de forma creativa e inspirada en la observación y análisis de una obra de arte / literatura.	Los alumnos adquirirán las habilidades y los conocimientos necesarios para construir e implementar un plan de marketing que identifique las estrategias y herramientas de marketing.
Capacitar en el proceso de marketing: investigación y análisis de mercado, identificación de las características del mercado objetivo del producto, planificación de estrategias y selección de métodos.	Los alumnos adquirirán las habilidades y conocimientos necesarios para construir un plan de marketing siguiendo el proceso adecuado, a través de acciones efectivas mediante el desarrollo de soluciones creativas para que el producto se destaque en el mercado.
Proporcionar a los alumnos las habilidades de marketing: identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes de una manera creativa.	Los alumnos habrán entendido cómo utilizar una estrategia de "pensar fuera de la caja" para analizar el mercado objetivo y promover el producto como respuesta a las

Métodos utilizados durante la sesión:



Breves introducciones al tema y las obras de arte;



Observación;



Autorreflexión y autoaprendizaje;



Discusiones guiadas.

Plan de sesión de coaching:

Duración: 1 hora

Equipo y materiales necesarios:

- Una laptop y un proyector.
- Folletos impresos con las obras de arte y literatura que se examinarán
- Hojas de papel, bolígrafos y lápices de colores.

Estructura y materiales de la sesión de coaching

*Tema
seleccionado:
Marketing*

ESTRUCTURA

1. Lluvia de ideas de introducción a la discusión sobre el tema.
2. Introducción al marketing: ¿de qué se trata esta habilidad y cómo la adquirimos y utilizamos?
3. Introducción a la obra de arte / literatura seleccionada y análisis de los materiales de información relacionados.
4. Discusión guiada:
 1. Interpretación de la obra de arte / literatura
 2. Análisis de los elementos de la obra de arte / literatura
 3. El tema a través de la lente de la obra de arte / literatura
5. Conclusiones
6. Resumen de habilidades de marketing

MATERIALES

1. Guía de lecciones de coaching
2. Base de datos de obras de arte / literatura
3. Enlaces a fuentes y materiales de información adicional sobre la obra de arte / literatura
4. Metodología de cómo aplicar las artes y la literatura a la educación. creatividad e innovación

Horario sugerido para la sesión

N.	Actividades	Tiempo estimado
1	Lluvia de ideas de introducción a la discusión sobre el tema.	5 minutos
2	Introducción al marketing: ¿de qué se trata esta habilidad y cómo la adquirimos y utilizamos?	10 minutos
3	Introducción a la obra de arte / literatura seleccionada y análisis de los materiales de información relacionados.	5 minutos
4	Discusión guiada: <ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretación de la obra de arte / literatura 2. Análisis de los elementos de la obra de arte / literatura 3. El tema a través de la lente de la obra de arte / literatura 	20 minutos
5	Conclusiones	15 minutos
6	Resumen de habilidades de marketing	5 minutos
	PLAN DE SESIÓN COMPLETO	1 hora

1. Lluvia de ideas de introducción al análisis del tema

El educador dirigirá la conversación hacia el tema de "marketing". A los alumnos se les harán preguntas para compartir su punto de vista, su experiencia y conocimiento sobre el tema:

1. Si tiene que vender un producto, ¿cómo lo promociona a sus clientes? ¿Conoce el "marketing"?
2. ¿Ha tenido experiencia en aplicar una "estrategia de marketing" para promover un producto?

2. Introducción al tema

MÁRKETING

Debe presentar el tema a los alumnos:

El marketing se refiere a las actividades que realiza una empresa para promover la compra o venta de un producto, servicio o bien. En un nivel fundamental, el marketing es el proceso de comprender a los clientes y construir y mantener relaciones con ellos.

Es uno de los componentes principales de la gestión empresarial y el comercio. Los especialistas en marketing pueden dirigir su producto a otras empresas (marketing B2B) o directamente a los consumidores.

(Marketing B2C). Independientemente de a quién se le comercialice, se aplican varios factores, incluida la perspectiva que utilizarán los especialistas en marketing. Conocidas como orientaciones de mercado, determinan cómo los especialistas en marketing abordarán la etapa de planificación del marketing.

El término marketing, lo que comúnmente se conoce como captación de clientes, incorpora los conocimientos adquiridos mediante el estudio de la gestión de las relaciones de intercambio y es el proceso empresarial de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.

¿Cuál es el proceso del plan de marketing?

1. Investigación de mercado
2. Identificación del mercado objetivo
3. Análisis del mercado objetivo
4. Definición de una estrategia de marketing
5. Selección de los métodos y herramientas de marketing
6. Planificación de campañas de marketing
5. Lanzamiento de la campaña de marketing

3.1 Breve introducción a la obra de arte y observación

OBRA 1: Cuento de hadas

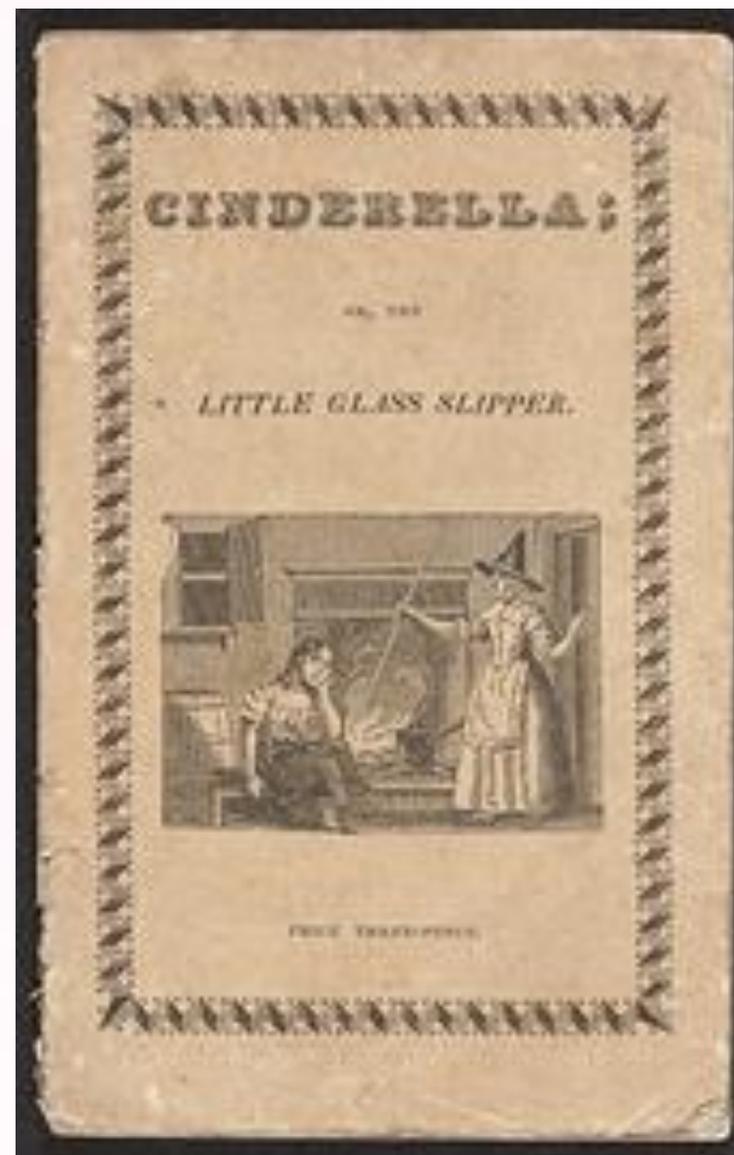
TÍTULO: Cenicienta

ARTISTA: hermanos Grimm, 1822

DESCRIPCIÓN:

El clásico cuento de hadas de Cenicienta trata sobre una hermosa niña que es huérfana y es maltratada y abusada por su madrastra y hermanastras.

Ella nunca se da por vencida y eventualmente se casa con el príncipe.



4.1 Guiado Interpretación

Cómo interpretar obras de arte

Debe pedir a los alumnos que describan lo que ven / sienten / comprenden de las piezas de arte / literatura seleccionadas.

El enfoque de la discusión es compartir puntos de vista personales, sentimientos y pensamientos de los participantes sobre la (s) pieza (s) de arte / literatura. El propósito es animar a los participantes a compartir su opinión señalando que no hay respuestas incorrectas.

Posibles preguntas a elegir y desarrollar según el arte / literatura elegido:

- a. ¿Qué te hace pensar y sentir esta obra de arte?
- b. ¿Qué crees que quiere comunicar la obra de arte?
- c. ¿Cuál es, en tu opinión, el foco de atención del artista?
- d. ¿Cuáles son los retos a los que se enfrentan los artistas en la realización de la obra de arte / literatura?

4.2 Guiado Análisis

Cómo analizar obras de arte

Debes orientar el análisis de los elementos que componen y / o están representados en la obra de arte / literatura. Debe guiar a los alumnos en una discusión que conduzca al tema empresarial en discusión a través de los elementos analizados.

Posibles preguntas para *Análisis guiado de las obras observadas / introducidas*:

1. ¿Hay algo en esta obra de arte que te haga pensar en algunas de las características del marketing?
2. ¿Hay elementos en esta obra de arte que pueda relacionar con el proceso de una estrategia de marketing? ¿Cuáles son y cómo / dónde puede encontrarlos?
3. ¿Podrías describir el proceso de marketing a través de esta obra de arte?

Herramientas de apoyo

Opcionalmente, puede investigar y proporcionar a los alumnos las herramientas de análisis de apoyo elegidas de acuerdo con el tema y la obra de arte / literatura bajo observación. Estos se combinarán con los materiales de información adicional sobre las obras de arte / literatura en la base de datos.

HERRAMIENTAS DE ARTE Y LITERATURA

¿Cómo analizar una obra de arte / literatura?

Ante todo

- Autorreflexión a través de una obra de arte / literatura
- Simbolismo de colores y formas relacionados según el contexto (en el arte)
- Estructura de la trama o técnicas de escritura (en literatura)

Secundariamente

- Contexto histórico y ambiental
- Obra de arte y / o historia del artista

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE TEMAS DE NEGOCIOS (marco teórico)

¿Cómo analizar el tema?

Puntos clave de los procesos de habilidades empresariales y ejemplos prácticos de la estrategia de marketing y negocios.

4.3 Marketing a través de la lente de la obra de arte

Debe guiar a los alumnos en una discusión sobre el tema a través de los lentes de las obras de arte.

Pregunta de apertura: ¿Dónde podemos encontrar las características o los procesos del marketing en esta obra de arte?

Para guiar este análisis, puede utilizar el apoyo de una o más de las siguientes actividades seleccionadas por el educador:

Sesiones de preguntas y respuestas: sobre el tema y sobre las obras de arte / literatura.

Mapas mentales sobre el tema de la actividad.

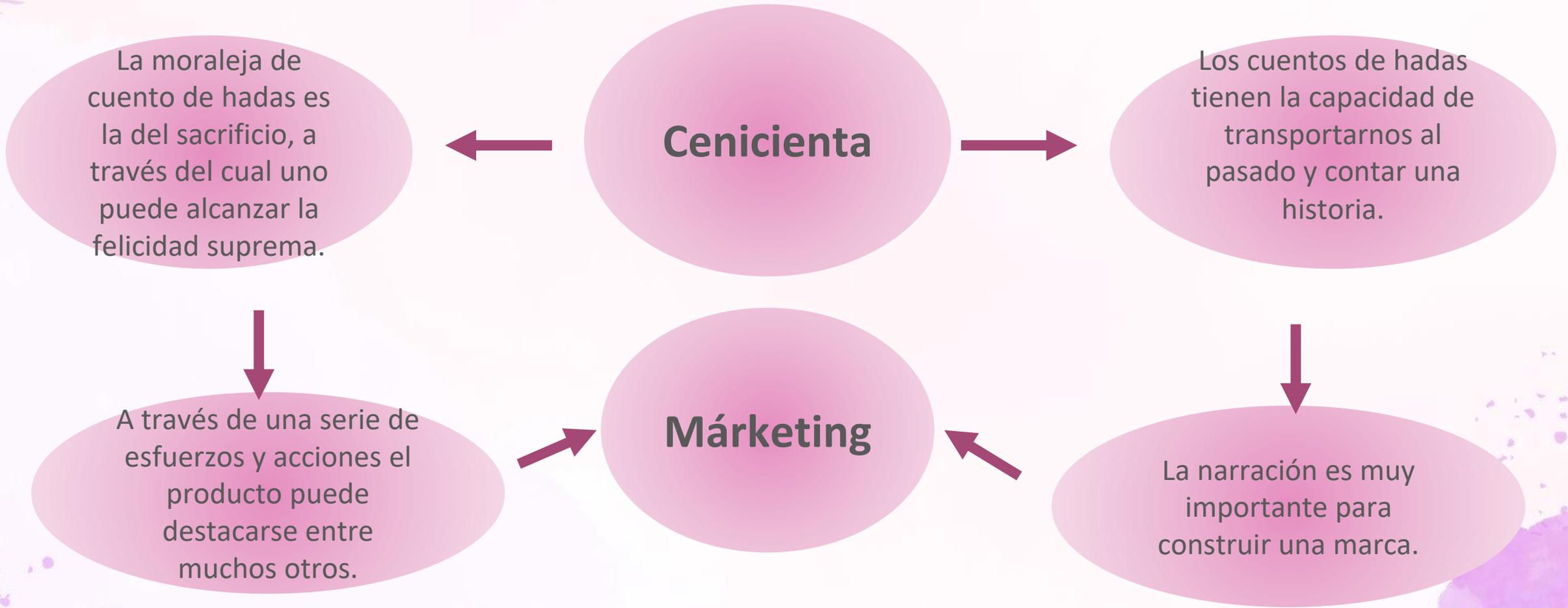
Tarjetas de preguntas sobre las obras de arte / literatura

Cuestionarios sobre el tema de la actividad y sobre las obras de arte / literatura

Ejercicio práctico para dibujar / escribir su propia versión de obra de arte sobre el tema de la actividad.

Debe recopilar las respuestas de los alumnos y escuchar sus diferentes análisis y elaboraciones.

Referencia de mapa mental



5.1 Conclusiones

Al final de la actividad, puede comenzar a guiar al grupo en su interpretación de la obra de arte, explicando cómo ve el tema a través de los lentes del arte / literatura bajo observación.

¿Por qué elegimos esta obra de arte? (La interpretación en la base de datos es opcional y puede ser sustituida por la interpretación del educador).

Podemos encontrar elementos de marketing en el cuento de hadas:

Cenicienta es un gran ejemplo de narración que se puede aplicar a la marca. Los personajes e historias arquetípicas son un gran recurso para los especialistas en marketing. La moraleja del cuento de hadas es la del sacrificio, a través del cual uno puede alcanzar la máxima felicidad, una vez representada por el estatus social de una princesa.

El individuo puede identificarse fácilmente con el personaje principal del cuento de hadas, porque todos han experimentado algún tipo de angustia o maltrato a veces en su vida. El individuo de alguna manera puede relacionarse con los sentimientos de Cenicienta. Esto último es clave para el branding, es necesario crear una “historia de marca” hacia la cual el consumidor pueda sentir empatía.

El elemento de nostalgia puede facilitar el proceso; como adultos, los cuentos de hadas tienen la capacidad de transportarnos al pasado.

6. Resumen de habilidades de marketing

El marketing es el proceso empresarial de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.

¿Qué es un plan de estrategia de marketing?

1. Investigación de mercado
2. Identificación del mercado objetivo
3. Análisis del mercado objetivo
4. Definición de una estrategia de marketing
5. Selección de los métodos y herramientas de marketing
6. Planificación de campañas de marketing
5. Lanzamiento de la campaña de marketing

Las áreas clave a identificar en la estrategia creativa de marketing son:

Ideas: ¿Qué contenido harás, qué dirá, en qué eres diferente?

Activaciones: ¿Qué hará que anime al consumidor a responder, participar y conversar?

Visual: ¿Cómo se verá todo, hay un tema visual o una guía?

Narrativa: Consulte la estrategia de contenido: ¿cuál es la historia que estamos tratando de contar?