

¡Diseña y Promociona! Gamificando el Merchandising en Eventos

Economía, Administración & Contaduría | Hotelería y turismo | Gamificación

Descripción

Este plan de clase tiene como propósito que los estudiantes de Media Técnica en Organización de Eventos comprendan y apliquen de forma práctica y divertida los conceptos clave relacionados con el material de promoción y merchandising promocional. A través de una metodología basada en la gamificación, los estudiantes explorarán cómo estos elementos son fundamentales para potenciar la imagen y el éxito de eventos turísticos y hoteleros. La relevancia radica en que el manejo efectivo del merchandising promocional es una herramienta estratégica que impacta directamente en la experiencia del cliente y en la fidelización, aspectos clave en el sector de hotelería y turismo. Además, esta clase conecta con situaciones reales de trabajo, ya que los estudiantes diseñarán y presentarán materiales promocionales simulados, fortaleciendo competencias técnicas y creativas que podrán aplicar en escenarios profesionales futuros.

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar los diferentes tipos de materiales de promoción y su función en eventos turísticos y hoteleros.
- Diseñar propuestas creativas de merchandising promocional para un evento específico.
- Aplicar estrategias de gamificación para potenciar la motivación y el compromiso en la creación de materiales promocionales.
- Evaluar la efectividad de los materiales promocionales diseñados a partir de criterios técnicos y de impacto visual.

Recursos Necesarios

- Materiales físicos: cartulinas (10 unidades), marcadores de colores (10 sets), tijeras (5 pares), pegamento (5 unidades), cinta adhesiva (5 rollos).
- Materiales para merchandising: muestras de llaveros, pulseras, stickers, pins promocionales (varios sets para grupo).
- Computadoras o tablets con acceso a software básico de diseño gráfico (Canva, PowerPoint o similar).
- Proyector y pantalla para presentación de contenidos y resultados.
- Fichas de retos y tarjetas de puntuación para la gamificación.
- Hojas impresas con rúbricas de evaluación para cada estudiante.
- Video introductorio de 5 minutos sobre merchandising promocional en eventos (preseleccionado).

Requisitos Previos

- Conocimientos básicos sobre organización de eventos y su estructura.
- Experiencia previa con actividades grupales y manejo básico de herramientas digitales para presentaciones.
- Habilidades básicas de comunicación oral y escrita.
- Familiaridad con conceptos generales de marketing o publicidad (introducción previa).

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 45 minutos

Propósito de la sesión

Docente: Explica que en la sesión se explorará cómo el material de promoción y merchandising es esencial para organizar eventos memorables y atraer público, y que se aprenderá de forma divertida y práctica mediante retos gamificados.

Estudiantes: Escuchan y se preparan para participar activamente.

Activación de conocimientos previos

Docente: Realiza la pregunta detonadora: "¿Qué recuerdan de eventos o ferias a los que han asistido? ¿Han visto o recibido algún objeto promocional? ¿Cuál fue su impacto para ustedes?". Invita a que 3 voluntarios compartan sus experiencias brevemente.

Estudiantes: Responden y comparten sus experiencias personales.

Motivación y enganche

Docente: Presenta un dato curioso: "El 80% de los asistentes a eventos recuerdan la marca que les entregó un regalo promocional". Luego, muestra un breve video de 5 minutos sobre ejemplos impactantes de merchandising en eventos turísticos y hoteleros.

Estudiantes: Observan el video y comentan brevemente con sus compañeros lo que más les llamó la atención.

Contextualización

Docente: Conecta el tema con la vida diaria: "En Medellín, donde se realizan muchas ferias y eventos, saber crear materiales promocionales efectivos puede ser la clave para diferenciar una empresa o evento." Explica que trabajarán en equipos para desarrollar propuestas reales adaptadas a un evento local ficticio.

Estudiantes: Comprenden la importancia práctica y se preparan para la dinámica en equipos.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 150 minutos

Presentación del contenido

Docente: Introduce brevemente los conceptos claves mediante una dinámica tipo "Trivia Rápida" con preguntas sobre tipos de materiales promocionales, objetivos del merchandising y ejemplos, utilizando tarjetas de preguntas para que los grupos respondan y ganen puntos.

Estudiantes: Participan en la trivia en grupos de 4 personas, respondiendo preguntas y acumulando puntos para sus equipos.

Actividad 1: "Crea tu Kit Promocional"

- **Objetivo:** Diseñar propuestas creativas de merchandising promocional para un evento.
- **Instrucciones:**
 - El docente presenta un escenario: una feria turística local que busca promocionar la cultura y gastronomía de Medellín.
 - Divide a los estudiantes en grupos de 4. Cada grupo debe diseñar un kit promocional que incluya al menos 3 tipos diferentes de materiales (ej. llaveros, stickers, folletos).
 - Utilizando materiales físicos y digitales, crean bocetos y una pequeña presentación del concepto y utilidad de cada elemento.
- **Organización:** Grupos de 4 estudiantes.
- **Producto:** Propuesta gráfica y verbal de un kit promocional.
- **Tiempo:** 70 minutos.
- **Rol del docente:** Circula entre grupos, guía con preguntas como "¿Cómo este material puede atraer al público?", "¿Qué ventaja tiene este merchandising para el evento?" y apoya en el manejo de herramientas digitales.

Actividad 2: "Reto Gamificado: El Mercado de Merchandising"

- **Objetivo:** Aplicar estrategias gamificadas para potenciar la motivación en la creación de materiales promocionales.
- **Instrucciones:**
 - Los grupos intercambian sus propuestas con otro equipo.
 - Cada grupo evalúa la propuesta recibida con una rúbrica simplificada, otorgando puntos en creatividad, funcionalidad y presentación.
 - Luego, los grupos deben "vender" su propuesta ante la clase en un minuto para convencer de que su kit es el mejor.
- **Organización:** Grupos de 4 (intercambio y plenaria para presentaciones).
- **Producto:** Evaluación crítica y presentación oral breve.
- **Tiempo:** 50 minutos.
- **Rol del docente:** Modera la sesión, controla tiempos, proporciona retroalimentación inmediata y registra puntuaciones para la gamificación.

Actividad 3: "Desafío Extra: Personalización Express"

- **Objetivo:** Evaluar la efectividad visual y técnica de materiales promocionales personalizados.
- **Instrucciones:**
 - Los estudiantes que terminan antes pueden diseñar una etiqueta o sticker personalizado para su kit usando herramientas digitales o manuales, aplicando principios básicos de diseño estudiados.
 - Quienes necesitan apoyo reciben guía individualizada para mejorar sus propuestas iniciales con ayuda del docente.
- **Organización:** Individual o parejas.
- **Producto:** Material promocional personalizado.
- **Tiempo:** 30 minutos.
- **Rol del docente:** Brinda apoyo diferenciado, fomenta la creatividad y asegura que todos los estudiantes participen plenamente.

Diferenciación

Docente: Ofrece recursos visuales para estudiantes con estilos de aprendizaje visual, y explicaciones orales para quienes prefieren auditivo. Para quienes finalizan rápido, propone el Desafío Extra. Para estudiantes con dificultades, brinda apoyo con ejemplos concretos y acompañamiento personalizado.

Transiciones

Docente: Utiliza la acumulación de puntos de la trivía para motivar a los estudiantes a aplicar esos conocimientos en la creación del kit. Luego, conecta la evaluación entre pares como una forma de aprendizaje colaborativo que culmina en la presentación oral, preparando el cierre reflexivo.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 45 minutos

Síntesis

Docente: Solicita a cada grupo que complete un “Ticket de salida” con las siguientes consignas:

- Menciona 3 elementos clave que aprendiste sobre merchandising promocional.
- ¿Qué estrategia de gamificación te ayudó más y por qué?
- ¿Cómo aplicarás lo aprendido en futuros eventos?

Estudiantes: Completan individualmente el ticket y lo entregan al docente.

Reflexión metacognitiva

- ¿Cómo te ayudó trabajar en equipo para diseñar el material promocional?
- ¿Qué desafío encontraste más interesante y cómo lo superaste?
- ¿Cuál fue la importancia de evaluar las propuestas de otros grupos?

Retroalimentación

Docente: Revisa los tickets de salida, ofrece comentarios generales sobre puntos fuertes y áreas de mejora observadas durante las actividades. Felicita la creatividad y el esfuerzo, incentivando a continuar aplicando lo aprendido.

Transferencia

Docente: Invita a los estudiantes a pensar en próximos eventos reales en su comunidad donde podrían aplicar estas estrategias y materiales, fomentando la conexión con su entorno laboral futuro.

Tarea o reto

Docente: Propone que cada estudiante investigue un evento turístico o hotelero en Medellín y recoja ejemplos reales de merchandising promocional para presentar en la próxima clase, reforzando la conexión práctica y la observación crítica.

Evaluación

Tipo de evaluación:

- Diagnóstica: En la fase de inicio con la pregunta detonadora y trivia rápida para identificar conocimientos previos.
- Formativa: Durante las actividades de diseño y evaluación entre pares, con retroalimentación continua.
- Sumativa: En el cierre, a través de la evaluación del producto final (kit promocional), la presentación oral y los tickets de salida.

Criterios de evaluación:

- Identificación y análisis adecuado de materiales promocionales (objetivo 1).
- Creatividad y funcionalidad en el diseño del kit promocional (objetivo 2).
- Participación activa en la gamificación y aplicación de estrategias motivacionales (objetivo 3).
- Capacidad crítica para evaluar propuestas y presentar argumentos claros (objetivo 4).

Instrumentos sugeridos:

- Lista de cotejo para evaluar el kit promocional y la presentación.
- Rúbrica para la evaluación entre pares.
- Observación directa durante las actividades grupales.
- Ticket de salida para valorar la reflexión individual.

Evidencias de aprendizaje:

- Propuestas gráficas y verbales de kits promocionales elaborados en equipo.
- Evaluaciones realizadas a propuestas de otros grupos.
- Presentaciones orales de venta del merchandising.
- Respuestas y reflexiones escritas en el ticket de salida.