ENCUENTRO PUBLICITARIO, LABORATORIO DE MARCA Y SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Campus Mentes Lab es el encuentro de publicidad organizado por el Departamento de Publicidad de la Universidad Central, que tiene como objetivo fomentar la cultura investigativa, estratégica y creativa a través de la construcción de conocimiento colectivo, mediante la vivencia y socialización de experiencias formativas.

El evento se llevará a cabo del 3 al 20 de septiembre en el Teatro Faenza, el Teatro Bogotá, Auditorios Fundadores y Jorge Enrique Molina y otras instalaciones de la Institución, y que contará con la participación de conferencistas de amplio recorrido académico y profesional en el mundo de la publicidad.

Campus Mentes Lab tendrá cuatro fases que se desarrollarán durante tres semanas y les permitirán a los estudiantes de publicidad de la Universidad Central, y de carreras afines de otras universidades, disfrutar de una experiencia integral enfocada en la investigación, la estrategia y la creatividad", afirmó Claudia Gómez, docente de la carrera de Publicidad.

Gómez agregó que: "la temática de investigación gira alrededor de la publicidad y los consumos culturales que además de conferencias cuenta con mesas de trabajo con jóvenes investigadores en las cuales socializan sus primeros hallazgos. Los insumos de la fase investigativa más el *brief*

creador de la iaci be de Vega Publicaciones ca Formación a directivos s culturales; Jaime Alberto Ruiz, organizador del XII Congreso Internacional en Gestión Cultural (AIMAC); Ximena Tapias, presidenta de la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP); Francisco Samper Llinás, *chairman* y CEO de la Agencia MullenLowe SS3P; y Mauricio Montenegro, coordinador de la Maestría en Estudios Sociales del Consumo de la Universidad Central, entre otros.

- **Contexto**: los participantes nutrirán su formación con investigaciones que se plantean en la tercera versión del Inpub en torno a la creación, producción y comercialización de las industrias culturales. Las líneas temáticas que se abordarán en el encuentro son: 1) Publicidad, medios y las TIC entre la comunicación y la cultura, 2) Los públicos y audiencias de los consumos culturales y 3) Publicidad y tendencias de los consumos culturales
- **Desarrollo**: se realizará un laboratorio de marca en el cual los participantes conformarán equipos con el objetivo de dar solución al *brief,* asumiendo diferentes roles simulando el campo laboral.

Para el laboratorio, los estudiantes se inscribirán de manera individual y asumirán un rol de acuerdo con sus competencias. De forma aleatoria se conformarán equipos de trabajo para que, durante dos días (19 y 20 de septiembre), diseñan una propuesta estratégica que da respuesta al *brief* entregado por el cliente, en este caso, el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo.

Los participantes serán asesorados por tutores (docentes de tiempo completo de la carrera de Publicidad de la Universidad Central) teniendo en cuenta, además, los conocimientos adquiridos durante las otras fases del Campus Mentes Lab. El equipo ganador será seleccionado por un jurado de expertos bajo unos criterios predeterminados.

Para inscribirse en Campus Mentes Lab dé clic en este enlace

Dirección de comunicaciones Universidad Central

Contacto:
Carlos Fernando Álvarez C.
Jefe de Prensa
Departamento de Comunicación y Publicaciones
Universidad Central
Tel.: (+571) 323 98 68, exts.: 2353 y 2356
Celular y WhatsApp: 305 761 1912