

De las aulas al mercado: un proyecto innovador de la UVa convierte a alumnos de Marketing en emprendedores

La Universidad de Valladolid reafirma su compromiso de formar a los futuros profesionales del marketing, brindándoles una oportunidad única para aplicar lo aprendido en clase a proyectos tangibles que conectan con el mundo real

La Universidad de Valladolid está llevando la formación en marketing a un nuevo nivel con la asignatura "Herramientas de Marketing Digital", parte del grado en Marketing e Investigación de Mercados. Este proyecto de innovación docente desafía a los estudiantes a crear y gestionar marcas reales bajo la dirección de Itziar Oltra, influencer especializada en marketing y redes sociales, y Elías Vega, experto en Investigación, Big Data y Business Intelligence. La asignatura ofrece un enfoque totalmente práctico que permite a los alumnos adentrarse en el proceso de construcción de marca y desarrollo de estrategias de marketing en un entorno controlado, pero auténtico.

Durante el desarrollo del curso, los siete grupos de estudiantes trabajan en la creación de marcas de tote bags, mediante una afiliación con productos de Amazon que promueven a través de sus propias páginas web y redes sociales, lo que les permite explorar aspectos de diseño web, segmentación de mercado y posicionamiento digital. Así, cada equipo puede abordar distintos públicos y propuestas de valor, dándoles la libertad de imprimir un sello personal a sus marcas y posicionarse frente a otros competidores, en un ejercicio de creatividad y competencia colaborativa.

"Este tipo de experiencia les permite entender lo que realmente implica crear una marca desde cero, y cómo se aplican conceptos como el SEO, SEM y la gestión de campañas. Además, se enfrentan a la presión de cumplir plazos y tomar decisiones estratégicas, lo cual es clave en cualquier puesto de marketing", comenta Vega.

Itziar Oltra, conocida por su trayectoria en redes y su habilidad para conectar con audiencias digitales, lidera la parte comunicativa del proyecto. Su enfoque ha impulsado a los estudiantes a desarrollar campañas de redes sociales que reflejan las tendencias y el lenguaje de comunicación actuales. Por otro lado, Elías Vega profundiza en las técnicas de creación y posicionamiento web, ayudando a los estudiantes a comprender cómo conseguir visibilidad en un entorno de mercado competitivo.

"Están aprendiendo a crear contenido atractivo, a entender a su audiencia y a medir el impacto de lo que hacen. También practican cómo enganchar al público y planificar campañas, todo lo que una marca necesita para moverse en redes", comenta Itziar Oltra.

Ejemplo de proyecto destacado: Kott

Uno de los proyectos sobresalientes de esta iniciativa es Kott, una marca de tote bags diseñada «para llevar todo lo que necesitas con total comodidad y sin renunciar al diseño, tanto para ir al trabajo, a

clase, para los planes del día o incluso para una escapada de fin de semana», como indican en su web.

Además, la marca ha iniciado una colaboración con PopTote, otra de las marcas de esta iniciativa docente, con diseños de escenas icónicas de películas y series, que se lanzó el 17 de noviembre, Día Internacional de los Estudiantes.

https://www.instagram.com/kott.co/p/DCe0Q8iNLgU/?img_index=1

Datos de contacto:

Itziar Oltra

Universidad de Valladolid

667340695

Nota de prensa publicada en: [Valladolid](#)

Categorías: [Nacional Educación Marketing Emprendedores Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>