

UBER EATS TRABAJO GRUPAL

1. CONTEXTUALIZACIÓN (MARCA, TARGET, OBJETIVOS, EJE).

- **Marca:** Uber Eats, una plataforma líder de entrega de alimentos a domicilio.
- **Target:** Hombres y mujeres de 18-25 años, universitarios, activos en redes sociales, con un poder adquisitivo medio-bajo, que enfrentan una alta carga académica y poca disponibilidad de tiempo para cocinar.
- **Objetivo:** Posicionar a Uber Eats como la solución más cómoda en momentos de alta carga académica.
- **Eje:** Comodidad.

2. CONCEPTO CREATIVO.

- **INSIGHT:** Los universitarios viven bajo una gran presión académica (exámenes, trabajos, presentaciones, prácticas). La comida se convierte en una carga más, cuando podría ser una solución fácil y compartida.

IMAGEN CON BOCADILLOS: Un sujeto sentado en el sofá de su salón, rodeado con muchos bocadillos donde se pueden observar sus pensamientos. En ellos se encuentran: dos exámenes el mismo día, cinco trabajos para entregar en la semana, trabaja todas las mañanas de 08:00 - 12:00 y tres presentaciones durante la semana. Se observa su dispositivo móvil con mensajes de sus amigos para reunirse.



- **Desarrollo y ejecución:**
 - Diseño de bocadillos visuales que representan las múltiples preocupaciones de los estudiantes (exámenes, entregas, prácticas).
 - Creación del nuevo icono de Uber Eats para la app, acompañado de un rediseño temporal que integra la función colaborativa.
 - Redacción de la base estratégica del proyecto, articulando el mensaje central y su coherencia con el público.

3. EJECUCIONES CREATIVAS.

- **Anuncios Wuolah:** Piezas gráficas con mensajes adaptados al contexto universitario (“Estás a un paso de la matrícula de honor. No pierdas tiempo cocinando”), integradas dentro de la plataforma de apuntes.
- **Función Compi-Casa:** Diseño conceptual de la nueva función en Uber Eats para compartir pedidos y dividir costes entre compañeros.
- **App Uber Eats – Rediseño:** Propuesta visual con nuevo icono y mejoras gráficas que refuerzan la campaña.
- **Ticket:** Aunque lo elaboró una compañera, los últimos detalles y ajustes gráficos fueron realizados por mí.

4. VALORACIÓN PERSONAL

Este proyecto me permitió combinar la **estrategia creativa** con la **ejecución visual**, aportando tanto en la construcción del insight como en la elaboración de piezas gráficas clave. El reto fue adaptar la identidad de Uber Eats al lenguaje universitario, con un tono cercano, dinámico y funcional.

DISEÑOS

ANUNCIOS DE WUOLAH:



Uber Eats para estudiantes

Haz un pedido y obtén apuntes gratis de manera limitada

¡El código te lo damos nosotros!

Estás a un paso de la matrícula de honor. ¡No pierdas tiempo cocinando!

Uber Eats para estudiantes

Haz un pedido y obtén apuntes gratis de manera limitada

Obras literarias o artísticas consagradas (obra dentro del "código"), que ha pasado el tiempo por ellas y siguen estando vigentes) que se nutre de otros textos a su vez considerados artísticos.

- Cualquier adaptación cinematográfica de un texto, obras basadas en la Biblia...
- El Dije se nutre de los textos literarios de caballería
- Géneros de las obras. Más allá de la película se basa en una narración.
- Referencialidad: textos populares o maduros que se vinculan con obras consagradas como con todo el discurso social pasado y presente.
- El rey León y Hamlet, Vexat 3000 y Romeo y Julieta

TEXTUALIDAD = INTERTEXTUALIDAD

El texto entendido (Brandt Rambo) → todo texto es un **texto** porque otros textos están presentes en él en estratos variables bajo formas más o menos reconocibles (... todo texto es un tejido nuevo de citas anteriores (...)) la intertextualidad, condición de todo texto, sea este cual sea, no se reduce como es evidente a un problema de fuentes o influencias; el **plagio** es un campo general de fórmulas andrómicas, cuyo origen es oficialmente localizable, de otras reconocibles o automáticas, creadas sin remisión.

Julia Gjygy → "todo texto es, al menos, doble, es el lugar del cruce y del estallido de varios códigos que se hallan entrecruzados por un movimiento **complejo**, que mezcla simultáneamente la afirmación del otro (por **reminiscencia**) y por su intimación" → un texto aparece de otro texto por ello o afirma, pero también tiene que negar unas partes del texto, ya que si las afirma todas es un plagio.

- Si tengo un texto y lo afirmo completamente en otro texto lo estoy copiando
- Si solo lo afirmo, sería una copia (una canción: repito cosas del original, pero otras las niego, para que no sea una copia, no es lo mismo la intertextualidad de plagio, pero que sea una imitación importante viene que haber algo de ese otro texto (reminiscencia) y algo mio de elaboración propia (intimación), es decir, que haya algo de ese otro texto en mi texto y que yo añada partes de elaboración propia.
- Por lo tanto, toda relación entre textos es parca material, estructural o estática al material.

versiones diferentes de alguna canción muy conocida. La reconocemos, sabemos cuál es, pero es diferente porque se lo lleva a su terreno en base a como canta y el género que utiliza.

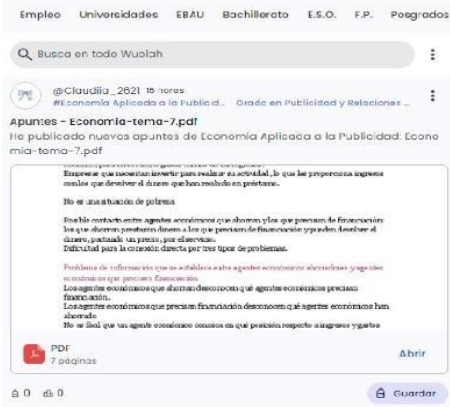
Conjunto de reglas: códigos

INTERTEXTUALIDAD Y PUBLICIDAD

La intertextualidad es un juego de repeticiones y de diferencias.

La tipología intertextual tiene en cuenta: qué es lo que se repite y en qué grado o magnitud se repite, así como qué instancia sanciona que esa repetición es índice de una relación textual.

De aquí surge el criterio material/estructural y el criterio ideológico/temático.



Empleo Universidades EBAU Bachillerato E.S.O. F.P. Posgrados

Busca en todo Wuolah

@Claudia_2021 16 horas
#Economía Aplicada a la Publicidad... Grado en Publicidad y Relaciones ...

Apuntes - Economía-tema-7.pdf
He publicado nuevos apuntes de Economía Aplicada a la Publicidad: Economía-tema-7.pdf

Empresas que necesitan invertir para realizar su actividad, lo que las proporcione ingresos antes que devengar el dinero que han recibido en préstamo.

No es una situación de política

Problema de inversión entre agentes económicos que ahorran y los que prestan de financiación los que ahorran prestan dinero a los que prestan de financiación y pueden devengar el dinero, prestado, su propio, por devengar.

Dificultad para la inversión directa por tres tipos de problemas.

Problema de información que se establece entre agentes económicos ahorradores y prestadores económicos que prestan financiación.

Los agentes económicos que ahorradores desconfían que los agentes económicos prestadores financien.

Los agentes económicos que prestan financiación desconfían que los agentes económicos han ahorrado.

No se trata que los agentes económicos desconfían en qué posición respecto ahorradores y prestadores.

PDF 7 páginas

Abrir

Guardar

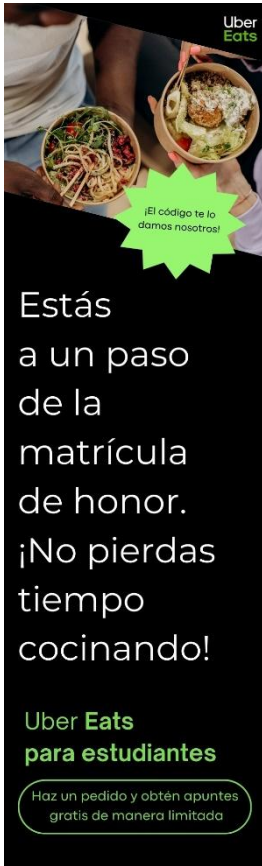


Uber Eats para estudiantes

Haz un pedido y obtén apuntes gratis de manera limitada

¡El código te lo damos nosotros!

Uber Eats para estudiantes. El nuevo 'Compi - Casa'.
Estás a un paso de la matrícula de honor. ¡No pierdas tiempo cocinando! Si haces un pedido, obtendrás apuntes gratis de manera limitada.



Uber Eats para estudiantes

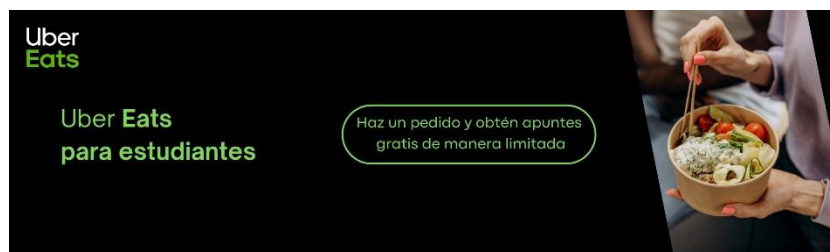
Haz un pedido y obtén apuntes gratis de manera limitada

¡El código te lo damos nosotros!

Estás a un paso de la matrícula de honor. ¡No pierdas tiempo cocinando!

Uber Eats para estudiantes

Haz un pedido y obtén apuntes gratis de manera limitada



Uber Eats para estudiantes

Haz un pedido y obtén apuntes gratis de manera limitada



Uber Eats para estudiantes

Haz un pedido y obtén apuntes gratis de manera limitada

¡El código te lo damos nosotros!



Uber Eats
Publicidad patrocinada

Uber Eats para estudiantes. El nuevo 'Compi - Casa'.

Estás a un paso de la matrícula de honor. ¡No pierdas tiempo cocinando! Si haces un pedido, obtendrás apuntes gratis de manera limitada.

APP UBER EATS:

Calle San José Artesan... ▾



Buscar en Uber Eats



Hamburguesas



Sushi



Asiática



China



Americana

Recogida

Promociones

Precio ▾

Gast

Descubre cómo se clasifican los resultados. [Más información](#)

Gastos de envío a 0 € +
precio del servicio a 0 € con
Uber One

Gratis durante 4 semanas

**Todos los negocios**
Inicio
Examinar
Pedidos
Compi - Casa
Cuenta

TICKET:

Uber Eats

13/12/2024 21:07

ARTÍCULO	PRECIO
@lauragarcia: menú mediano big king	9.99€
@martaruiz: pizza carbonara mediana	8.99€
@lucasfernandez: bubble tea - leche de coco y fresa	5.95€
@marialopez: la coronel + patatas + mazorca	12.99€
TOTAL PAGO	37.92€

¡GRACIAS POR TU COMPRA!

#UBERWUOLAH

