



PROPUESTA FORMATIVA

INDICE

ÁREA DE MARKETING Y CIENCIA

1. NEUROMARKETING, COMPRENDER LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR
2. SER CREATIVO A TRAVES DEL JUEGO... GAMIFICACIÓN.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING Y CIENCIA

1. NEUROMARKETING, COMPRENDER LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR. (h)

OBJETIVOS: Conocer los principales conceptos de neuromarketing y su aplicación dentro del sector.

Dotar a los participantes del conocimiento del arte de persuadir sin que el persuadido sea consciente de que es influenciado.

DIRIGIDO A: Cualquier profesional del sector comercio con inquietudes.

CONTENIDOS:

- Del antiguo al nuevo paradigma en organización de empresas.
- Herramientas del neuromanagement: procesos creativos.
- Técnicas del diagnóstico en neuromanagement.
- Aplicaciones de neuromanagement.
- Neuromarketing.



PROPUESTA FORMATIVA

ÁREA DE MARKETING Y CIENCIA

2. SER CREATIVO A TRAVÉS DEL JUEGO... GAMIFICACIÓN. (h)

OBJETIVOS: Conocer los principales conceptos de Gamestorming.

Que los participantes adquieran los conocimientos y habilidades para recabar y procesar información a través del juego.

DIRIGIDO A: Profesionales del sector comercio con ganas de cambiar y conocer pero que simplemente no saben como preguntar.

CONTENIDOS:

- ¿Qué es un juego?. Evolución del mundo del juego.
- El juego empresarial... metas difusas.
- Los diez elementos imprescindibles del gamestorming.
- Juegos para explorar.
- Juegos de base.
- Casos prácticos.

Metodología didáctica

Cambio de papeles en la escena formativa

El **docente facilita** el aprendizaje y cede protagonismo al alumno. Propicia el **clima adecuado** para que aborde las situaciones y **retos, debata, negocie, intercambie valoraciones y experiencias y se enriquezca** en el proceso. Las **conclusiones se consensuan y valoran** en un aprendizaje en equipo.

TÉCNICAS

- **Exposición**
- **Herramientas de auditoría**
- **Herramientas de autodiagnóstico/psicométricas**
- **Ejercicios prácticos**
- **Estudio de casos reales**
- **Técnicas de animación grupal**
- **Recursos didácticos**

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Antes, durante y después de cada curso programado se articula un sistema de evaluación para asegurar la adquisición por los alumnos de los conocimientos, habilidades y competencias formuladas en los objetivos de cada curso.

