



Marketing Experiencial y Sensorial

Profesora: **Íngrid Viviana Moya Burgos**

Personas destinatarias: Alumnado de Grado y Máster matriculado en prácticas externas

Fecha 1ª Sesión	Fecha 2ª Sesión	Fecha entrega del informe por parte de alumno	Fecha entrega resultado al alumno	Fecha entrega del Diploma Acreditativo
-----------------	-----------------	---	-----------------------------------	--

Lunes, 18 de mayo
9:00 - 14:00

Martes, 19 de mayo
9:00 - 14:00

Domingo, 24 de mayo
hasta 23:59

Lunes, 1 de junio
Hasta 23:59

30 de junio

Número de horas de impartición: 10

Número de horas de trabajo del alumno: 30

Medio de impartición: Online

Aforo máximo: 40

Para la expedición del correspondiente **Diploma de Asistencia** a la acción formativa será imprescindible que se acredite una **asistencia mínima del 100 %**

Programa:

1. La Revolución de las Experiencias. Del Marketing Tradicional al Marketing Experiencial
2. Neuromarketing, Emociones y Experiencias
3. Customer Experience vs. Marketing Experiencial
4. Marketing Sensorial
5. Los Cinco Sentidos y la Experiencia Sensorial
6. Digital Experience, Shopping Experience y Estrategias Onmicanal
7. La Economía de las Experiencias
8. Diagnóstico y Medición de la experiencia del cliente
9. Claves para Diseñar Experiencias Memorables
10. Marcas imposibles de olvidar

Metodología:

El Taller de Marketing Experiencial y Sensorial tiene como objetivo dotar al alumno de todos los conocimientos necesarios para diseñar una estrategia *customer centric* orientada a brindar a los clientes una experiencia completa, auténtica, única y memorable con su marca. Para ello, el taller se desarrollará con una metodología teórico-práctica enfatizando en el aprendizaje orientado al desempeño profesional.

En este sentido, a partir de casos prácticos el alumno comprenderá las claves para la implementación del marketing experiencial y el desarrollo de acciones de marketing sensorial y a través de diferentes actividades individuales y en grupo podrá poner en práctica los conocimientos adquiridos en el taller.

Organizador: Facultad de Comercio y Turismo. Universidad Complutense de Madrid

Profesora que imparte el taller:

Íngrid Viviana Moya Burgos es Licenciada en ADE, MBA y Doctora en Marketing. Cuenta con más de 10 años de experiencia en proyectos centrados en la Investigación de Mercados, el Análisis del Comportamiento del Consumidor, Customer Experience y Neuromarketing. Actualmente está vinculada a la Universidad Complutense de Madrid como Profesora del Departamento de Organización de Empresas y Marketing, es Coordinadora Académica del Máster en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor y Coordinadora de la línea de Investigación en Neurociencia del Consumidor. Adicionalmente es ponente en foros de Neurociencia aplicada e innovación y colabora como docente e investigadora en universidades nacionales e internacionales como la Universidad de la Rioja, Syracuse University, Collier School of Management y Tel Aviv University.