



# Marketing Experiencial y Sensorial

**Profesora: Ingrit 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

Martes, 26 de mayo  
hasta 23:59

Martes, 2 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:**

**Ingrit 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, Coller School of Management y Tel Aviv University.