



IV SEMINARIO DE MARKETING INCLUSIVO

Incluye. No te quedes fuera



Universidad
de Navarra



“Este seminario es una experiencia práctica, una reflexión estratégica y una divertida inmersión en la diversidad humana que cambiará para siempre tu visión del marketing y de la discapacidad”.

Luis Casado.

Datos generales

Imparte: Luis Casado (Fundación Ideas para la Innovación y la Inclusión Social) y diferentes responsables de Marketing, Comunicación y RSC de compañías.

Propuesta para Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

Duración: 15 horas.

Agenda: los martes 25 de febrero, 3, 10, 17 y 24 de marzo.

Horario: de 17 a 20. Sesiones de 45 minutos

Lugar: aula 13 del edificio de Comunicación.

Inscripciones:
Secretaría - Facultad de Comunicación
Sara Armendáriz (sarmendarizd@unav.es)



A profesionales y a estudiantes de las Facultades de **Comunicación**, **Económicas** y de la **Escuela de Arquitectura** que quieran aprender a aplicar la Inclusividad y la Accesibilidad Universal en sus proyectos; que busquen un modo de mejorar la sociedad a la vez que elevan la calidad de sus entornos, productos y servicios, ampliando su mercado potencial y mejorando su imagen y prestigio.



Objetivos del seminario:

- Profundizar en el enfoque de un marketing inclusivo que piensa en todas las personas, incluidas las personas con discapacidad y las personas mayores.
- Empatizar con las necesidades funcionales del cliente diverso.
- Entender los conceptos de Accesibilidad y Diseño Universal y los beneficios de su aplicación al marketing y al diseño de productos y servicios.
- Conocer las tendencias y la normativa que inciden en las estrategias de marketing inclusivo.
- Aprender de modo práctico y dinámico a integrar en la gestión empresarial el principio de inclusividad.
- Dominar las claves del diseño universal para la activación de un marketing mix inclusivo (productos, precios, servicios, distribución y comunicación para todas las personas).
- Conocer buenas prácticas de inclusividad con la experiencia directa de profesionales de compañías reconocidas.

Programa del seminario

Jornada 1 (25 de febrero):

- El Marketing y la Inclusión Social. ¿Qué tienen que ver?
- El cliente diverso y sus necesidades funcionales: qué siente y por qué.
- La Accesibilidad, el Diseño Universal y el Marketing Inclusivo: qué son y por qué suponen una oportunidad para el marketing.
- Casos: Presentaciones de los casos prácticos y creación de los grupos.

Jornada 2 (3 de marzo):

- La estrategia inclusiva: tendencias y normativa
- La estrategia inclusiva: proceso y herramientas.
- Cómo diseñar Productos y servicios universales (taller práctico).

Jornada 3 (10 de marzo):

- Ejemplos de proyectos inclusivos de grandes compañías con David Miranda Falces, Responsable de Marca y Marketing Digital de Fundación Adecco.
- La atención personal, clave en los servicios universales. Con presencia de Marisa Alonso, Brand Ambassador y responsable de Enoturismo de Bodegas Valdemar.
- Casos: presentaciones de los análisis estratégicos por grupos.

Jornada 4 (17 de marzo):

- ¿Cómo es un punto de venta accesible?
- Los precios inclusivos.
- Las claves de la comunicación para todas las personas.

Jornada 5 (24 de marzo):

- Práctica alumnos: exposiciones de las decisiones de marketing mix sobre los casos de producto, servicio, punto de venta y comunicación
- La comunicación digital accesible: Web y redes sociales con Zuriñe De Anzola, Fundadora de Accessible 4 All
- Resumen del plan de marketing inclusivo y del seminario.

