



## Datos generales

- **Imparte:** Luis Casado (Fundación *Iddeas* para la Innovación y la Inclusión Social) y diferentes responsables de Marketing, Comunicación y RSC de compañías internacionales.
- **Coordina:** Ángel Arrese (Facultad de Comunicación).
- **Duración:** 15 horas.
- **Fechas:** Todos los jueves de marzo de 2022: 3, 10, 17, 24 y 31.
- **Horario:** de 17:00 a las 19:45, en sesiones de 45 minutos.
- **Precio:** 50€
- **Convalidable por 1 ECTS.**
- **Formato:** presencial y online (vía Zoom).
- **Lugar:** aula máster, del edificio de Comunicación (primera planta).
- **Inscripciones**

## ¿A quién va dirigido?

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.
- y que persigan ampliar el mercado potencial de sus empresas, mejorando de paso su imagen y prestigio.

## 6º Seminario



# marketing inclusivo

el marketing que piensa  
en todas las personas



Universidad  
de Navarra

FACULTAD DE  
COMUNICACIÓN

# Programa

## Jornada 1 (3 de marzo):

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

## Jornada 2 (10 de marzo):

1. La estrategia inclusiva: tendencias y normativa.
2. El Plan de Inclusividad: proceso y herramientas.
3. 2 ejemplos inclusivos de grandes compañías con sus responsables de Diversidad e Inclusión.

## Jornada 3 (17 de marzo):

1. Cómo diseñar Productos y servicios universales (taller práctico).
2. ¿Cómo es un establecimiento accesible? El caso de la Biblioteca de la UNAV.
3. Casos: presentaciones de los análisis estratégicos por grupos.

## Jornada 4 (24 de marzo):

1. La atención personal, clave en los servicios universales. Con presencia de Marisa Alonso, Brand Ambassador y responsable de Enoturismo de Bodegas Valdemar.
2. Los precios inclusivos.
3. Las claves de la comunicación para todas las personas.

## Jornada 5 (31 de marzo):

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

**“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.**



# Objetivos

- 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 de la clientela diversa.
- 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.