



GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5062 - MÀRQUETING SENSORIAL

Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Sandra Iruela Jimenez <siruela@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

El material estarà en castellano.

Presentació de l'assignatura

És un curs centrat en el concepte de màrqueting dels sentits, els cinc sentits principals i la seva directa i real aplicació en estratègies i accions de màrqueting i comunicació. La importància del màrqueting sensorial ha adquirit en els últims anys una rellevància determinant en molts sectors

En finalitzar aquest curs el participant sabrà la importància i el rol clau dels aspectes sensorials en la seva estratègia de màrqueting, com identificar-los i com actuar amb ells. A més, afegirà la part tècnica d'aquesta fascinant matèria, sobretot lligada al món de les fragàncies, sobre com tenir pautes per a aplicació d'odotips i campanyes de màrqueting olfactiu.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.

Específica

- CE4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.
- CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- CE8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.

Transversal

- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

Amb l' assignatura de màrqueting sensorial es pretén que l' estudiant assumeixi i amplii les seves capacitats i habilitats del món sensorial i, en concret, del món de les fragràncies en general aplicades al màrqueting olfactivu i de les olors.

S'estudiaran per parlar amb més coherència del sentit olfactivu amb un llenguatge més complet i adaptat a les necessitats del client final per extrapolar els valors d'una marca en una olor.

Aquestes metodologies les estudiarem a partir d'altres sentits i a través del reconeixement de matèries primeres per desenvolupar el sistema olfactivu, però sobretot tenir un vocabulari més ampli per poder dirigir-te al client final.

S'adquiriran competències intel·lectuals dels 5 sentits que es podran aplicar en múltiples funcions de l'àrea del màrqueting sensorial per així dissenyar campanyes i estratègies de màrqueting coherents amb el tipus de client d'una forma coherent amb la seva imatge de marca i millorar l'experiència de compra del consumidor.

- Assumiràs capacitats i habilitats genèriques del món de les olors.
- Parlaràs amb coherència i amb un llenguatge específic d' aquest camp.
- Podràs reconèixer les matèries primeres d'alguns perfums i aromes.
- Adquiriràs unes competències intel·lectuals que podràs aplicar en múltiples funcions.
- Identificaràs oportunitats d'estratègies de màrqueting.
- Dissenyaràs estratègies de màrqueting sensorial i olfactivu.
- Podràs aplicar odotips i campanyes de màrqueting sensorial
- Milloraràs l'experiència de compra en retail.
- Brainfluence

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 04 - Educació de qualitat

Sistema d'avaluació i qualificació

Tallers i casos pràctics sobre aromes i perfums S'inclourà pràctica olfactiva d'exemples de perfums comercials i odotips.

Lliurable: Elaboració d'un "pla de màrqueting sensorial" i desenvolupament d'un briefing de marca.

El sistema d'avaluació es ponderarà de la següent manera

Participació en activitats plantejades dins de l'aula 20%

Exposició del treball pràctic + exposició en públic 40%

Examen final 40%