

Duración:

14 horas.

Días y horarios:

Del 5 de agosto al 16 de septiembre. Miércoles de 19:00 a 21:00 hs.

Calendario:

Agosto	5	12	19	26
Septiembre	2	9	16	

Modalidad y lugar de dictado:

Virtual

Aranceles (*):

Matrícula: \$40000.

Externos: Contado \$136000 ó 2 cuotas de \$80000.

Comunidad UAI: Contado \$95200 o 2 cuotas de \$56000.

Extranjeros no residentes en Argentina (**):

Matrícula: USD 20.

Aranceles: Contado USD 80 o 2 cuotas de USD 50

(*) En caso de elegir la opción de pago al contado, deberá avisarnos al momento de abonar la matrícula, o dentro del primer mes de cursado a uai.extensionrosario@uai.edu.ar ó al WhatsApp: +54 9 11 2182-3616. Transcurrido ese período la opción ya no será válida y deberá pagar obligatoriamente las cuotas mensuales según el valor establecido en cada capacitación

(**) Los aranceles de la actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Dirigido a:

Estudiante de alguna carrera de grado/terciario o ser graduado en: Publicidad, Diseño, Relaciones públicas, Periodismo, Marketing, Psicología, Recursos Humanos, Comunicación.

Beneficios:

Los participantes incorporarán recursos creativos y aplicables para potenciar sus campañas o estrategias organizacionales, aumentando el compromiso, la motivación y la conexión emocional con sus públicos o equipos de trabajo.

Objetivos:

- Comprender los fundamentos teóricos y psicológicos de la gamificación, y su vinculación con el marketing.
- Analizar el impacto de la gamificación en la motivación, el rendimiento y la fidelización.
- Aplicar herramientas de marketing y comunicación para diseñar experiencias gamificadas.
- Desarrollar acciones o campañas que integren mecánicas lúdicas y criterios estratégicos.
- Fomentar el pensamiento creativo y el diseño centrado en el usuario/jugador.

Resultados de aprendizaje:

Al finalizar la diplomatura, los participantes serán capaces de:

- ✓ Identifican los elementos clave de la gamificación (mecánicas, dinámicas, motivaciones) en contextos profesionales.
- ✓ Analizan cómo influye la gamificación en el comportamiento del consumidor y del colaborador.
- ✓ Diseñan campañas gamificadas que integren objetivos, públicos, dinámicas y métricas.
- ✓ Implementan herramientas digitales que favorezcan la motivación y el engagement en campañas o procesos internos.
- ✓ Evalúan la viabilidad y el impacto de una acción gamificada según su contexto de aplicación.

Enfoque general:

Este curso busca brindar herramientas teóricas y prácticas sobre la gamificación como estrategia innovadora en el campo del marketing y la gestión de talento. Se propone un recorrido por los fundamentos psicológicos, comunicacionales y estratégicos de la gamificación, con el fin de diseñar experiencias que generen engagement tanto en audiencias externas como internas. La propuesta se

enfoca en potenciar la creatividad, la motivación y la fidelización, mediante el uso de dinámicas gamificadas aplicadas al ámbito profesional.

Temario:

1. Introducción al Marketing y la Gamificación (Alinear conceptos, derribar mitos y presentar el marco teórico-práctico del curso)

- Alinear conceptos, derribar mitos y presentar el marco teórico-práctico del curso.
- Qué es marketing hoy: del modelo tradicional al marketing digital.
- Qué es gamificación y qué NO es (diferencia con ludificación, juegos, promociones y concursos).
- Gamificación interna vs externa: motivación del usuario vs motivación del colaborador.
- Por qué la gamificación funciona: bases psicológicas simples para no-psicólogos.
- Por qué gamificar es una decisión estratégica, no creativa.
- Análisis de casos (cómo se interpreta una experiencia gamificada desde psicología + marketing)
- Presentación del proyecto final: crear una campaña gamificada para una marca real.

2. Psicología del Consumidor + Motivación (La motivación humana y cómo se aplica al marketing.)

- Cómo decide el consumidor (sesgos, heurísticas y comportamiento)
- Motivación intrínseca vs extrínseca: por qué importa en marketing.
- Teoría de la autodeterminación (SDT): autonomía, competencia, relación.
- Principios psicológicos aplicados al engagement (refuerzo, feedback, progresión, anticipación, dopamina y expectativa)
- Neuromarketing: qué aporta y qué NO aporta realmente.
- Cómo rediseñar una acción de marketing tradicional para hacerla más motivadora usando principios psicológicos.

3. Diseño de Experiencias Gamificadas (Los frameworks más usados y cómo aplicarlos sin ser diseñadores de juegos)

- Componentes de la gamificación (puntos, niveles, badges, misiones, feedback, recompensas)
- Dinámicas y mecánicas (qué son y cómo se combinan)
- Core Loop: Acción → Feedback → Recompensa → Anticipación (Cómo se diseña. Ejemplos reales. Qué pasa cuando el loop está roto)
- Modelo Octalysis: las 8 motivaciones humanas.
- Tipos de jugadores y cómo adaptar experiencias.
- Storytelling como motor emocional.
- Gamificación ética: manipulación vs motivación.
- IA aplicada a la gamificación (personalización, automatización, análisis de comportamiento).
- Actividad: Mapeo del Octalysis de la marca elegida.

4. Marketing Gamificado aplicado a campañas (Uso de la gamificación en marketing real, desde la práctica y la estrategia)

- Cómo piensa un marketer una acción gamificada (Qué busca una marca cuando gamifica. Qué objetivos de marketing se pueden potenciar con la gamificación. Cómo se integra en un funnel real: awareness → interacción → lead → conversión → fidelización).
- Gamificación aplicada a redes sociales (Ideas de dinámicas simples que funcionan en Instagram, TikTok, Meta Ads. Cómo aumentar interacción con mecánicas gamificadas: retos, progresiones, coleccionables, etc. Cómo medir si una acción gamificada funcionó).
- Gamificación en campañas de performance (Cómo usar gamificación para mejorar CTR, retención, leads y ventas. Ejemplos reales de campañas gamificadas que funcionaron. Cómo presentar una propuesta gamificada a un cliente.)
- Gamificación + branding (Cómo una marca construye identidad a través de experiencias interactivas.
- Cómo se diferencia una marca cuando gamifica bien).
- Casos reales explicados desde el marketing
- Actividad: Rediseñar una acción de marketing tradicional para volverla gamificada desde la mirada del marketer.

5. Diseño de Estrategia de Marketing Gamificado (crear una estrategia completa, paso a paso)

- Framework completo para diseñar una campaña gamificada: Objetivo; Público; Motivación; Dinámica; Mecánicas; Recompensa; Canal; Medición)
- Cómo evitar errores comunes (gamificación vacía, recompensas mal diseñadas, dinámicas sin sentido).
- Cómo presentar una estrategia de marketing gamificado profesionalmente.

6. Clase virtual de consulta / dudas antes de la entrega final.

- Revisión de avances.
- Resolución de dudas.
- Tips para presentar propuestas de proyectos de forma profesional.

7. Proyecto final y presentación - Evaluar aplicación real de la aprendido

- Criterios de evaluación
- Claridad estratégica.
- Coherencia psicológica.
- Creatividad.
- Viabilidad.
- Impacto potencial.
- Formato de presentación: Pitch de presentación con mockup obligatorio.

Evaluación y criterios de acreditación:

Cada estudiante deberá entregar un proyecto final de marketing gamificado individual o grupal, el cual se evaluará desde su impacto, claridad, viabilidad y principalmente creatividad. Deberán entregarlo la última clase del curso y realizar una exposición con presentación final.

Dictantes:

Matias Calandriello

Licenciado en Comercialización, graduado en la UTN Rosario.

Fundador y director de Fusión Consultora.

Profesor de la Licenciatura en Publicidad (UAI).

Profesor en la Diplomatura de Community Manager (UAI).

Profesor en la Diplomatura en Community Manager (Mucha Escuela).

Martina Morel

Licenciada en Psicología.

Especializada en Psicología Organizacional

Contacto:



uai.extensionrosario@uai.edu.ar



Envíanos un mensaje en WhatsApp: + 54 9 11 11 21823616