



GESTIÓN DEL MARKETING ÉTNICO EN LA PROSPECTIVA EMPRESARIAL Y LA NEUROPLASTICIDAD

INTRODUCCIÓN

La dinámica vertiginosa de las nuevas realidades, sociales, empresariales, económicas, y culturales requieren que se proyecten estructuras que se anticipen se adapten y consoliden a dichos cambios.

Es necesario, crear la consciencia de las nuevas áreas a desarrollar, en el plano laboral, intelectual, social, empresarial y político. Para ello, las Administraciones, así como las empresas y universidades deben fomentar una formación adaptada a **las nuevas y futuras demandas reales del mercado laboral**, el cual a mediano y largo plazo se estima que será cambiante y renovado. Se considera que **el 75% de las profesiones del futuro aún no existen o están en proceso de creación**, la mayoría de ellas dentro del ámbito de las tecnologías de la informática. Por ello, se insta a las empresas, instituciones y administraciones a que incorporen e inviertan además del desarrollo tecnológico, en el desarrollo humano, para así crear individuos adaptados a puestos de trabajo que puedan pensar **EN FUTURO**, y construir realidades hoy, que se consumirán en un mañana próximo, formando y capacitando un buen equipo de individuos que sepan hacerle frente a la diversidad, personas que puedan proyectar realidades factibles, y aprendan a trabajar sin miedo, en nuevos proyectos, que solventen los diferentes y variados retos que se presentarán, en la medida que se implementen los diferentes avances en la sociedad, muchos de los cuales, serán ellos los artífices de esos cambios.

Prospectiva: el conjunto de tentativas sistemáticas para observar a largo plazo el futuro de la ciencia, la tecnología, la economía y la sociedad con el propósito de identificar las tecnologías emergentes que probablemente produzcan los mayores beneficios económicos o sociales.

Neuroplasticidad: La plasticidad neuronal o Neuroplasticidad es la capacidad que tiene el cerebro para formar nuevas conexiones nerviosas, a lo largo de toda la vida, en respuesta a la información nueva, a la estimulación sensorial, al desarrollo, a la disfunción o al daño. La Neuroplasticidad es conocida como la “renovación del cableado cerebral”.

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

En esta actividad formativa, el alumno, Adquiere las competencias y habilidades para aprender a ver el ecosistema del futuro como una realidad factible, fomentando la capacidad de innovación por medio de la creatividad aplicada, para alcanzar productos o servicios que serán la demanda de la sociedad del mañana.

OBJETIVOS

El objetivo de esta actividad formativa es despertar en los alumnos, la capacidad de gestionar un pensamiento plural, multidisciplinar, y de escalada, para que en la medida que avancemos en una conquista futurista, podamos trabajar en la creación de productos necesarios para esta nueva realidad, de manera efectiva reconociendo la factibilidad y potencial de los recursos propios para el futuro, dejando a un lado creencias en torno a la manera de concebir el futuro y el cosmos.

Principalmente el participante aprenderá a tener competencias en:

OBJETIVO GENERAL

Sensibilizar a los alumnos en la importancia y la necesidad de desarrollar las competencias necesarias para gestionar la creatividad prospectiva, y optimizar de manera eficiente y asertiva los diferentes recursos y escenarios del ambiente social y laboral, que ofrece el futuro.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Durante el Programa de Formación Superior en GESTIÓN DEL MARKETING ÉTNICO EN LA PROSPECTIVA EMPRESARIAL Y LA NEUROPLASTICIDAD, el alumno se formará en la tarea de PENSAR con criterio profesional, ajustándose a considerar los diferentes recursos y escenarios de realidades actuales y futuras.

- Gestionar una estructura de pensamiento, así como el conjunto de elementos críticos a valorar, a lo largo del proceso de análisis y posterior selección de las estrategias a la hora de proyectar realidades de futuro.
- Fomentar y alimentar una visión prospectiva en la empresa.
- Favorecer un pensamiento neuro plástico a la hora de proponer opciones prospectivas en la empresa.
- Ser capaz de poner en contexto los conceptos asociados.
- Impulsar una actitud de innovación de futuro continuo, dentro de la empresa.
- Valorar las herramientas y metodologías propuestas para crear, dar seguimiento y monitorizar esta práctica dentro de la organización.
- Entender la vinculación entre la complejidad de los procesos físicos y perceptivos de los productos y posibles consumidores basándose en propuestas reales de futuro.
- Trabajar en productos o servicios para gestionar eficazmente la relación comercial como fuente de ventaja competitiva ya sea en la fase inmediata, de madurez o de futuro que caracterizara la situación de los mercados.
- Proyectar experiencias prácticas y reales en la Gestión de productos o servicios, tanto a nivel empresarial como institucional.
- Potenciar, evaluar y seleccionar dentro de los empleados y comunidades relacionadas con la empresa el espíritu de participación en ideas con potencial de futuro.
- Trabajar la innovación de los productos y/o servicios de la empresa, con presente y futuro inter espacial.

A QUIEN VA DIRIGIDO

Esta formación está dirigida a gestores empresariales y emprendedores que quieran fomentar la capacidad de innovación de sus organizaciones, e incrementar el potencial de éxito de su actividad innovadora.

- Directores generales.
- Responsables y jefes de proyectos de desarrollo de nuevos productos y servicios.
- Responsables y jefes de producto de marketing y “consumer Insights”.
- Emprendedores.
- Estudiantes, así como a la empresa, la industria y las instituciones.
- A los gerentes, directores de empresa, jefes de grupo, mandos intermedios.
- Profesionales de desarrollo de negocio.
- Gerentes de PYMES.
- El sector de las fuerzas armadas.
- El sector aeroespacial.
- El sector de alimentos,
- La informática.
- El deporte.
- La construcción.
- El Sector Salud
- El Sector biotecnología (ambiente y ecología)
- Directivos responsables de la toma de decisión de negocio, bajo parámetros de inteligencia estratégica y operativa, además de todo aquel que su ámbito laboral quiera tener una proyección a futuro, y quiera trabajar sus áreas de crecimiento.

I+D+I

I+D+I “Desarrollo e innovación” en el contexto de los estudios de ciencia, tecnología y sociedad, es un nuevo concepto de investigación adaptado a los estudios relacionados con el avance tecnológico e investigativo centrados en la evolución de la sociedad, siendo las tecnologías informativas, una de las partes más relacionadas con esta división.

Se conoce como la capacidad de invertir dinero para obtener conocimiento, mientras que innovación sería invertir conocimiento para obtener dinero, lo que expresa muy bien el fenómeno de retroalimentación que se produce con una estrategia exitosa de I+D+i.

Invertir en el capital humano, para que aprenda a crear, y pensar sin prejuicios preestablecidos, es una formación indispensable en un mundo donde la gestión, está por descifrarse.

FORMACIÓN BONIFICADA

Cumpliendo con los objetivos de la Fundación Estatal para el Empleo, esta actividad formativa cumple con los principios del sistema de gobernanza establecido para impulsar entre los trabajadores y la empresa la planificación y la financiación de fondos bonificables a través de la seguridad social.



ORGANIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS

Por medio de clases teóricas y prácticas, así como dinámicas de grupo, el alumno, realizara un recorrido por diferentes aspectos que lo adentraran en el proceso de pensar una realidad de futuro, reflexionando en realizar dichos análisis sin apego a cánones, o líneas tradicionales de pensamiento, siendo capaz de poner en contexto los conceptos asociados, tomando en cuenta el ecosistema del futuro.

Para ello, el curso estará distribuido de la siguiente manera:

CONTENIDO

TEMA 1

- Prospectiva
 - Concepto
 - Introducción
 - Estamos preparados para enfrentar el futuro
 - Las ciencias actuariales y la prospectiva.
 - Multiculturalidad Social
 - El Cosmos
 - Colonias Espaciales

TEMA 2

- El individuo Mutante (emigrante)
- El ser social, el ser emocional, el ser biológico, el ser espiritual
- El individuo MUTANTE, y su visión del mundo

TEMA 3

- Nuestras creencias y mitos
- ¿Cómo se imaginan el futuro?
- ¿Que creemos del espacio exterior?
- Mitos Vs realidad
- Como son nuestras creencias de las sociedades del futuro

TEMA 4

- Prospectiva Vs. Neuroplasticidad
- Somos seres biológicos
- ¿Quién define la realidad?
- El cerebro como gestor de nuestra realidad.
 - Como influiría estas percepciones en las prospecciones de futuro.

TEMA 5

- El frágil equilibrio de la vida en la tierra
- La titánica apuesta por una vida inter espacial
- Realidades terrestres y extraterrestres

TEMA 6

- Que debemos fabricar hoy, para consumir en 10/20/50 años en esas realidades del futuro
- Análisis y prospección socio económico y político de la sociedad del futuro
 - Marketing étnico
 - Concepto/ características
- Escenarios del mañana
- Índices sociales:
 - ¿Cómo los evaluaremos?
 - ¿Edad, sexo, nacionalidad, nivel socio-económico?
 - ¿Qué valores regirán en las sociedades del futuro?

TEMA 7

- ¿Cómo se modificaran las necesidades básicas?
 - Necesidades primarias (Comida, sexo, necesidades fisiológicas, vivienda, afecto, reconocimiento.)
- ¿Que motivará al individuo del mañana?
 - Evolución Vs Desarrollo
- ¿Cómo se gestan las necesidades básicas?
- Maslow Vs. Cerebro y Neuroplasticidad

TEMA 8

- El astronauta, y la colonia espacial. ¿Es un futuro global?
- Diferencias sociales, culturales, y logísticas.
- Como hacer frente a las nuevas necesidades
- Agua, reciclaje, bio producción, tecnología, necesidades primarias
- El hombre del futuro

TEMA 9

- CREATIVIDAD para gestionar la diversidad
- Enemigos de la prospectiva creativa
 - Mitos
 - Falta de rigor
 - La autoridad
 - El entorno
 - familia, grupo social
 - status quo
 - Líder toxico
 - El tonto, el cobarde, el arrogante, sin formación, sin visión, autoritario, con deformación profesional, el que no tiene un plan, el peor: el que NO valora al jefe.
 - La falta de visión, de organización (plan y organigrama), de proyecto.
 - La visión personal del escenario
- Pensamiento lógico y analógico
- El pensamiento creativo
- El cerebro como herramienta Creativa.
- Estrategias creativas para fomentar un pensamiento innovador.

TEMA 10

- COMO FAVORECER UN AMBIENTE PROSPECTIVO EN LA EMPRESA
 - Inteligencia emocional
 - Humor
 - Empatía
 - Experiencia polivalente
 - Rigor
 - Valentía (cuando se dice que el toro es negro se tiene los pelos en la mano) poema de Ripley)
 - Planificación
 - Resiliencia
 - Proyecto
 - Ser un líder

TEMA 11

- Empresas de Futuro
- Como Optimizar Nuestros Recursos y Crear para El Mañana
 - El plan estratégico
- Sectores que estarán vinculados a una visión de futuro:
 - El Sector de las Fuerzas Armadas.
 - El Sector Aeroespacial.
 - El Sector de Alimentos,
 - La Informática.
 - El Deporte.
 - La Construcción
 - El Sector Salud
 - El Sector bio (ambiente y ecología)
 - La Empresa en General

