



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Curso Superior en Gamificación en la Empresa

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este Curso Superior en Gamificación en la Empresa le ofrece una formación especializada en la materia. Debemos saber que el término gamificación, del inglés gamification, puede traducirse como “convertir en un juego”, en definitiva podríamos entenderlo como “la aplicación de conceptos y técnicas de la teoría de juegos a contextos ajenos al juego”. Con la Gamificación en la empresa se pretende motivar a través del juego, utilizando diferentes incentivos en los empleados de la misma. Con este curso de gamificación en la empresa se pretende que sean capaces de implementar un proyecto de gamificación en una organización.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. PLANIFICACIÓN E INICIATIVA EMPRENDEDORA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMEs como organizaciones
2. - La importancia de las organizaciones
3. - Aproximación conceptual a la organización

4. - Tipos de organizaciones
5. - La estructura
6. Liderazgo
7. - Estilos de liderazgo
8. - Otra clasificación de tipos de liderazgo
9. - El papel del líder
10. - Funciones administrativas del liderazgo
11. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN LA EMPRESA

1. Evaluación del potencial emprendedor
2. - Conocimientos
3. - Destrezas
4. - Actitudes
5. - Intereses y motivaciones
6. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa
7. - Variables comerciales y de marketing
8. - Variables propias
9. - Variables de la competencia
10. Empoderamiento
11. - Concepto
12. - Desarrollo de capacidades personales para el aprendizaje
13. - La Red personal y social

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES EN LA EMPRESA

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
2. - Necesidades y tendencias
3. - Fuentes de búsqueda

4. - La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades
5. - Técnicas de creatividad en la generación de ideas
6. - Los mapas mentales
7. - Técnica de Edward de Bono (Seis sombreros)
8. - El pensamiento irradiante
9. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
10. - Utilidad y limitaciones
11. - Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades
12. - Elaboración del DAFO
13. - Interpretación del DAFO
14. Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa
15. - Elección de las fuentes de información
16. - La segmentación del mercado
17. - La descentralización productiva como estrategia de racionalización
18. - La externalización de servicios: «Outsourcing»
19. - Clientes potenciales
20. - Canales de distribución
21. - Proveedores
22. - Competencia
23. - Barreras de entrada
24. Análisis de decisiones previas
25. - Objetivos y metas
26. - Misión del negocio
27. - Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros
28. - Visión del negocio
29. Plan de acción
30. - Previsión de necesidades de inversión
31. - La diferenciación del producto
32. - Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles
33. - Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos

MÓDULO 2. GESTIÓN Y MEJORA DEL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO

1. Programa de entrenamiento
2. Técnicas de desarrollo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS DINÁMICAS DE GRUPO

1. Definición
2. Aplicaciones a los distintos campos de la vida social
3. Técnicas de dinámica de grupos
4. - Qué son y qué no son las técnicas grupales
5. - Elección de la técnica adecuada
6. - Críticas a las técnicas de dinámica para grupos
7. Normas generales para el uso de las técnicas de grupo
8. El papel del dinamizador
9. - Características
10. - Tres tipos de animador
11. - Papel del animador
12. - Funciones del animador

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CLASIFICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPO

1. Según el tamaño del grupo
2. - Asamblea
3. - Comisión
4. - Congreso
5. - Mesa redonda

6. - Conferencia
7. - Clínica del rumor
8. - Corrillo
9. - Cuchicheo
10. - Debate dirigido o discusión guiada
11. - Grupo de confrontación
12. Según la participación de los expertos
13. - Role playing
14. - Tormenta de ideas
15. - Phillips 6. 6
16. - Foro
17. - Grupo de discusión
18. - Diálogos simultáneos
19. - Entrevista
20. Según los objetivos

MÓDULO 3. LA GAMIFICACIÓN EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA IMPORTANCIA DE LA GAMIFICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Introducción
2. - Definición de gamificación
3. - ¿Qué no es la gamificación?
4. Historia de la gamificación
5. Aplicaciones y utilidades
6. - Otras aplicaciones
7. Primeras consideraciones para diseñar un sistema gamificado

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS CARACTERÍSTICAS DEL JUEGO EN LA EMPRESA

1. Definición de juego y características básicas
2. - Tipos de jugadores
3. Diferencias entre “game” y “play”
4. - El círculo mágico
5. Juegos de realidad alternativa (ARG)
6. - Tipos de usuarios de un juego de realidad alternativa
7. - Un ejemplo de ARG: Proyecto Endgame
8. Gamificación y generación Y

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GAME THINKING

1. ¿Qué es el game thinking?
2. - Los diseñadores en game thinking
3. Reglas de diseño
4. Cómo aprovechar las emociones
5. Anatomía de la diversión
6. - Las emociones en el juego

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GAME ELEMENTS

1. Los elementos de juego o game elements
2. - Dinámicas de juego
3. - Mecánicas de juego
4. - Componentes de juego
5. - Pirámide de los elementos
6. La tríada PBL (points, badges, lists)
7. - Points - Puntos
8. - Badges - Medallas
9. - Clasificaciones - Leaderboards
10. Limitaciones de los elementos

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GAMIFICACIÓN EN LA EMPRESA Y

PSICOLOGÍA

1. La gamificación como diseño emocional
2. - La psicología cognitiva y los psicólogos humanistas de la motivación
3. - Psicología de los estados positivos
4. Conceptos de psicología y gamificación
5. Relación conducta/gamificación
6. - La dopamina

UNIDAD DIDÁCTICA 12. RESULTADOS, ESTÍMULOS Y RECOMPENSAS

1. Definición y estructura de las recompensas
2. - Clasificación de las recompensas
3. - Tipos básicos de recompensas
4. - Esquema de recompensas SAPS
5. Calendarización de recompensas
6. - Dimensiones de las recompensas variables
7. Teorías conductuales: limitaciones
8. Teorías conductuales: riesgos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. TEORÍAS EN LA GAMIFICACIÓN

1. Engagement y motivación
2. - Motivación intrínseca y extrínseca
3. Teoría de la autodeterminación
4. - Estrategias para fomentar la motivación intrínseca
5. Teoría de la motivación
6. - Factores de motivación
7. El modelo RAMP y la motivación intrínseca
8. - Tipos de jugadores según Marczewski
9. Teoría del flujo
10. - Componentes del flujo
11. Teoría de establecimiento de objetivos

MÓDULO 4. IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO BÁSICO Y AVANZADO DE GAMIFICACIÓN EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 14. DISEÑO E IMPLANTACIÓN

1. Conceptos básicos de design thinking
2. Los seis pasos para implantar gamificación
3. Definición de los objetivos de negocio
4. Distinción de conductas clave
5. Descripción de los jugadores objetivo
6. Diseño de los bucles de actividad
7. - Bucle de implicación
8. - Bucle de progresión
9. Diversión
10. Implementación y herramientas de la gamificación

UNIDAD DIDÁCTICA 15. GAMIFICACIÓN AVANZADA

1. Procedimiento marco basado en objetivos
2. Procedimiento marco basado en el jugador

3. Gamification Model Canvas
4. - La importancia de la estética
5. La gamificación en la empresa
6. - Gamificación en el ámbito de comercio y marketing
7. - Gamificación en recursos humanos
8. - Gamificación en los procesos de negocio



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es