



Los estudiantes del curso curso electivo de Neuromarketing como Estrategia Empresarial recibieron una videoconferencia con un experto internacional. *Foto Ruth Garita/OCM.*

Se impulsa la internacionalización para fortalecer el conocimiento

5 de Marzo 2019 Por: Noemy Chinchilla Bravo ^[1]

“Para que un producto innovador sea aceptado de la mejor manera por el usuario, se debe dar un acompañamiento”, así lo expresó, el Dr. Giovanni Arbelaez, investigador de la Ingeniería en Innovación y Fab Living Lab de la Universidad de Lorraine, Francia, en una videoconferencia con los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas ^[2] del TEC ^[3].

Según Arbelaez, en este Laboratorio se especializan en la aceptabilidad de producto como proceso de la innovación, por lo que vinculan empresas e instituciones que requieran una innovación en producto o servicio y les dan acompañamiento para que el proceso se lleve a cabo de la mejor manera y sea aceptado por el usuario.

“En este proceso existen varias etapas como lo son: la ideación: en la cual interactúan con los

potenciales consumidores o usuarios de la innovación para que brinden sus experiencias y generen ideas de cómo debería ser el entregable final; luego se pasa a la etapa de prototipo en la cual se materializa y conceptualiza las ideas aportadas anteriormente y en tercer proceso es que con el prototipo y con tecnologías de neuromarketing se validen las experiencias del usuario, lo que permite identificar las reacciones y aceptabilidad del usuario y realizar mejoras en el prototipo previo a comercializarlo”, expresó Arbelaez.

Conocimiento

Por primera vez, los estudiantes del curso curso electivo de Neuromarketing como Estrategia Empresarial recibieron una videoconferencia con un experto internacional.



Estudiantes del curso curso electivo de Neuromarketing como Estrategia Empresarial. Foto Ruth Garita/OCM.

“Lo que se pretende es implementar nuevas herramientas didácticas y tecnológicas en clase, que permitan a los estudiantes interactuar con el mundo empresarial y con la realidad que viven esas empresas para mejorar la comprensión de los estudiantes sobre aspectos técnicos de la clase”, puntualizó Mariela Martínez, profesora del curso y encargada del Laboratorio de Neuromarketing de la Escuela de Administración de Empresas.

“Martínez menciona que en dicho curso se estudian las diferentes tecnologías y aplicaciones que tiene el neuromarketing en diferentes áreas de la administración y específicamente en el

mercadeo, por lo que la videoconferencia permite complementar el conocimiento de los estudiantes pero también da validez desde una perspectiva real, vivencial y práctica la importancia del manejo de los conceptos, estrategias y tecnologías del Neuromarketing y la aplicación que se da en diversos procesos a nivel mundial, como un complemento a la innovación y al mercadeo”.

Por su parte, Margie Faith, investigadora del Centro de Investigación en Administración, Economía y Gestión Tecnológica [4] de la Escuela de Administración de Empresas, y encargada de coordinar las videoconferencias dentro de la Comisión de Investigación destaca que **“lo que se pretende hacer es un intercambio de conocimiento y de resultados de investigación, que así como nuestros estudiantes reciben charlas con conferencistas internacionales, los profesores de nuestra Escuela también puedan impartirlas a otras universidades, promoviendo la internacionalización”**.

Source URL (modified on 03/15/2019 - 11:10): <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/node/3115>

Enlaces

[1] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/users/noemy-chinchilla-bravo>

[2] <https://www.tec.ac.cr/escuelas/escuela-administracion-empresas>

[3] <https://www.tec.ac.cr/>

[4] <https://www.tec.ac.cr/centros-investigacion/centro-investigacion-administracion-economia-gestion-tecnologica-ciadeg-tec>