

معرفی دوره

نام دوره	گیمیفیکیشن و باشگاه مشتریان
مدت زمان دوره	8 ساعت
مدرس دوره	آقای حمید فدایی
مخاطبین دوره	استدیهای خلاق- تولیدکنندگان اپلیکیشن و نرم افزار- مدیران شرکت (برای تعامل با کارمندان)- مدیران مارکتینگ بانکها و موسسات مالی- روابط عمومیهای سازمانها و شرکتها- فعالان خدمات شهروشمند- مراکز فناوری اطلاعات سازمانها و موسسات- آژانسهای تبلیغاتی- مدیران و کارکنان شهرداریها- مدرسان و مشاوران تبلیغات

داستانی در مورد دوره

مفهوم گیمیفیکیشن را هم اکنون می توان در بسیاری از زمینه های تجاری، آموزش های اجتماعی، پزشکی، مارکتینگ، تبلیغات، خانواده، شهروشمند، درمان اختلالات فکر و ذهنی، درمان فراموشی، منابع انسانی و یا حتی آموزش های نظامی مشاهده کرد، و چیزی که در همه ی آنها مشترک می باشد سعی در بیشینه کردن یادگیری و درگیر ساختن کاربر با محصول (و یا مفهوم مورد نظر) است. در حقیقت، از گیمیفیکیشن می توان جهت ایجاد جذابیت در یادگیری، انجام فرآیندهای تکراری و یا کارهای غیرجذاب برای مقاصد غیر بازی گونه استفاده نمود و این خاصیت را می توان مهمترین دلیل فراگیری این زمینه جدید در عرصه های مختلف دانست.

چه کسانی نباید در دوره شرکت کنند

محتوا / سرفصل دوره

بازی و خصوصیات بازی
گیمیفیکیشن چیست؟
از کجا شروع شد؟
کاربردهای گیمیفیکیشن؟
تاثیر گیمیفیکیشن بر مخاطب و کسب و کار من
مفاهیم کاربردی گیمیفیکیشن
کجا اشتباه نکنم؟
گیمیفیکیشن چی نیست؟!
ابزارهای مورد نیاز گیمیفیکیشن
چگونه مخاطب را درک کنم؟
معرفی نمونه‌های مختلف و موفق گیمیفیکیشن در کسب و کارهای گوناگون

توانایی شرکت کنندگان پس از دوره

انتظار می‌رود شرکت کنندگان در پایان دوره بتوانند:

تغییرات (کاهش یا افزایش) نتایج را تحلیل و بررسی نماید.
 احساسات مخاطب یا کاربر را در طراحی محصول یا خدمت در نظر بگیرد.
 بتواند برای سایر افراد، مفاهیم گیمیفیکیشن را با نمونه و مثال منتقل کند.
 دقت و تمرکز بر روی المان‌های گیمیفیکیشن در محیط پیرامون خود را افزایش دهد.
 کلیدواژه‌های با اهمیت در گیمیفیکیشن و رشد را فرا بگیرد.
 بتواند پرسشنامه رفتار کاربر را برای حوزه فعالیت خود استخراج کند.
 بصورت ابتدایی از گیمیفیکیشن در فرآیندها و فعالیت‌های خود استفاده نمایند.