



CURSO | REMOTO

ESPECIALIZADO NEUROMARKETING

CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1.

MARKETING, LA BASE CLAVE DEL NEUROMARKETING Y EL CEREBRO COMO SU INTEGRADOR

- Apertura del diplomado, del marketing al neuromarketing.
- El cerebro: el gran integrador de la decisión de compra, la sensibilidad, sensorialidad y motricidad; su relación con el marketing y los procesos inconscientes, electroencefalografía y mapeo cerebral.
- Procesamiento de la emoción y su papel en las decisiones.
- Lo que debe saber de neuromarketing para tener discernimiento sobre la solidez de los estudios.

Módulo 2.

NEUROMARKETING, APLICACIÓN PRÁCTICA

- Orientaciones en el estudio del comportamiento del consumidor, el proceso de decisión de compra, neurobiología de las emociones.
- Más allá del sistema límbico: un zoom para conectar estructuras clave con su campaña de marketing.
- Emociones y recompensa, el comprador compulsivo.
- Diferencias cerebrales de género e implicaciones en el marketing.

Módulo 3.

¿CÓMO SE INVESTIGA EN NEUROMARKETING?

- Tecnologías de investigación. en neuromarketing.
- EEG.
- RMNf.
- Medidas indirectas.
- Eyetracking.
- Biometría: hablemos de sensibilidad y especificidad.
- Estudios neurocualitativos.
- Laboratorio de neuromarketing práctico.

Módulo 4.

CEREBRO Y DECISIÓN DE COMPRA. MARKETING SENSORIAL Y EXPERIENCIAL

- Técnicas tradicionales vs. técnicas neurocientíficas.
- ¿Cómo se diseña una experiencia de marketing sensorial?
- Marketing olfativo.
- Proveedores de experiencia (Expro) auditivos.
- La integración de la experiencia de marketing sensorial.

Módulo 5.

TÉCNICAS CEREBRALES PARA EQUIPOS Y ORGANIZACIONES

- Neurociencia y management: el management desde el punto de vista evolutivo, evolución del pensamiento gerencial, la aplicación de la inteligencia emocional en la dirección de equipos, neuronas espejo y equipos exitosos.
- Nuevos enfoques de liderazgo y neurociencia: ser un líder resonante y comportamientos que definen al neuromanager.
- Sobre la neuroética: emociones y juicios morales.