

Técnico en Neuromarketing Aplicado

DISEÑO DEL PROGRAMA

En la última década ha existido una revolución relacionada con los descubrimientos sobre el cerebro. Entender el proceso de lo que ocurre en los seres humanos para tomar decisiones ha generado el desarrollo de metodologías de aplicación en el campo comercial.

El programa ha sido diseñado para que los estudiantes logren conocer desde los comienzos del neuromarketing, las tecnologías utilizadas para la aplicación, los diferentes procesos atencionales, emocionales y de memoria y las reacciones frente un estímulo publicitario.

Además, podrán conocer y utilizar una de las tecnologías que ayuda a comprender los procesos cerebrales y realizar una investigación para su beneficio.

Todas las clases se brindan con la plataforma Microsoft Teams, los miércoles, durante 3 meses.

PERFIL DE LOS ESTUDIANTES

El PROGRAMA ha sido conceptualizado para profesionales con conocimientos en administración, mercadeo, publicidad y áreas afines y para para todos aquellos emprendedores que deseen conocer acerca de las mediciones de los estímulos publicitarios, para lograr la eficiencia en la comunicación.

DESTREZAS QUE TENDRÁ EL ALUMNO

- Conocer el comportamiento del consumidor.
- Conocer la neurociencia del consumidor.
- Conocer cómo aplicar el Neuromarketing para el conocimiento del consumidor.
- Establecer estrategias comerciales funcionales.

EN QUÉ SECTORES IMPULSARÁ EL ALUMNO

El programa está diseñado para personas que deseen incrementar sus capacidades de investigación y comunicación, así como de las áreas de publicidad, mercadeo y comunicación, sin embargo, es abierta a toda actividad con la que se requiera aprender sobre Neuromarketing.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Estudiar la conducta y comportamiento del consumidor con el propósito de aumentar las probabilidades de éxito de cualquier estrategia comercial que se diseñe.
- Comprender el proceso de toma de decisiones en la mente del consumidor y cómo diseñar estrategias para captar la atención.
- Propuesta de valor que permita responder a las necesidades de los clientes.

TEMARIO:

Módulo #1

1. Introducción al Neuromarketing
2. Introducción a las tecnologías
3. Construcción de un estudio de investigación
4. Atención, memoria y recompensas

Módulo #2

5. Tecnologías. Eye tracking, teoría
6. Eye tracking ejemplos
7. Plataforma de investigación – Intro
8. Plataforma de investigación – Análisis

Módulo #3

9. Plataforma de investigación – Práctica
10. Otras tecnologías: EEG, FMRI, Facial Coding, GSR, IAT
11. Futuro de la investigación biométrica
12. Presentación de trabajos finales.