Diplomado de Neuromarketing

Parte 1/3





Formato: Cursos online y Servicios de Suscripción Idioma: Español



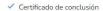
El Diplomado de Neuromarketing es un programa de formación que combina los conocimientos de las Neurociencias Aplicadas con el Marketing y la Publicidad. Con ello vas atener una comprensión profunda del comportamiento del consumidor, en el que vas a poder desarrollar estrategias e innovaciones más efectivas y personalizadas, mejorar la toma de decisiones y desarrollar habilidades únicas en el campo del marketing y publicidad. Estas disciplinas te brindan una perspectiva científica y fundamentada en la toma de decisiones de marketing, lo cual puede generar resultados positivos y exitosos en tus esfuerzos comerciales.

- ▶ Mejor comprensión de los consumidores: Esto permite a las empresas diseñar estrategias de marketing y ventas más acertadas y adaptadas a las necesidades y deseos de sus clientes.
- ▶ Mayor eficacia en las estrategias de marketing: Esto implica crear mensajes publicitarios y campañas de marketing que resuenen emocionalmente con los consumidores, aprovechar los principios de diseño y presentación de productos que generen una respuesta positiva en el cerebro y utilizar técnicas de persuasión basadas en la psicología del consumidor.
- ▶ Conoce las metodologías de comunicación efectivas que conectan de la mejor manera con las personas utilizando las palabras correctas con estrategias de Neuromarketing; conocer las nuevas herramientas para hacer Neuromarketing, asi como descubrir los códigos simbólicos de tu producto

Si deseas tener comunicación directa envía un whatsapp al 55 32268861

Mostrar menos ↑





Estudia a tu manera y en cualquier dispositivo

d) 60 clases y 45 horas de contenido original

Categoría: Negocios y Carrera Formato: Cursos online y Servicios de Suscripción



¿Ya tienes el producto? Accede ahora >

Este es un producto digital. Recibirás las informaciones para









- 01 NMKT SESION 1 ¿MANIPULACION, CIENCIA?
 - 00 PRESENTACIÓN Y GENERALIDADES DEL DIPLOMADO NMKT
 - . 01 LAS NEUROCIENCIAS Y EL MARKETING
 - 02 LA ACADEMIA, NEUROMARKETING Y LAS NEUROCIENCIAS DEL CONSUMIDOR
 - 03 ENTONCES, EL NEUROMARKETING ES O NO UNA CIENCIA
 - 04 ETICA INVESTIGATIVA, MITOS, REALIDADES Y PROBLEMAS ETICOS.
 - 05 CONSIDERACIONES ETICAS PREVIO A UN ESTUDIO DE NEUROMARKETING
 - 06 UN ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DESDE LAS NEUROCIENCIAS
- 02 NMKT SESION 2 NEUROCIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO
 - 01 COMPORTAMAMIENTO DESDE LAS NEUROCIENCIAS AL MARKETING
 - 02 COMPORTAMIENTO OBSERVABLE -LA BOLA BAJA-
 - 03 COMPORTAMIENTO OBSERVABLE -SISTEMA DE RECOMPENSAS E INNOVACION-
 - 04 ABRAZO DE GRUPO
 - 05 COMPORTAMIENTOS U OBJETIVOS ALCANZADOS
 - 06 LAS DECISIONES POR EXPERIENCIA SUBJETIVA
 - 07 LA BIOLOGIA EN EL NEUROMARKETING -QUE BUSCAMOS AL COMPRAR-
 - 08 CEREBRO TRIPARTITO Y NUESTRO LEGADO PRIMITIVO
- 03 NMKT SESION 3 DOS SISTEMAS, UN CAMINO
 - 01 HEY CEREBRO, TE CREES INTELIGENTE
 - 02 SI, YO SOY BIEN CONSCIENTE DE MIS DECISIONES
 - 03 SOY MUY ATENTO A TODO. LA BATALLA ENTRE LA RAZON Y LA EMOCIÓN
 - 04 FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA 1 -EXITO Y FRACASO-
 - 05 RECONOCIMIENTO. PISTAS Y CONTEXTO
- 04 NMKT SESION 4 NEUROBRANDING
 - 01 ESTIMULA MI CEREBRO, MARCA
 - 02 MOTIVACIONES BIOLOGICAS EN LA DECISION -ENGAGEMENT-
 - 03 DE LA PIRAMIDE DE MASLOW A LA MATRIZ DE LA DECISION
 - 04 UNOS TAMALITOS -PERO QUE NO SEAN DE CHIVO- LA MATRIZ DE DECISION
 - 05 ME ENCANTA PERO... YO ESTOY FUERA.... LA IMPORTANCIA DEL VALOR-
 - 06 STARBUCKS VENDE EXPERIENCIA -TE HACE FALTA VER MAS... CODIGOS SIMBOLICOS-
 - 07 FUNDAMENTOS PARA CREAR UNA MARCA DESDE LA BIOLOGIA CONDUCTUAL -PARTE 1-
 - 08 FUNDAMENTOS PARA CREAR UNA MARCA DESDE LA BIOLOGIA CONDUCTUAL -PARTE 2-

- 05 NMKT SESION 5 BASES METODOLOGICAS NEUROMARKETING Y NEUROPUBLICIDAD
 - VALORES CENTRALES DE LA NEUROPUBLICIDAD y SU DEFINICION
 - . NEUROMARKETING CON EL GENERO H&M
 - LA IMPORTANCIA DE ESTIMULAR LOS SENTIDOS
- 06 NMKT SESION 6 APLICANCION SENSORIAL Y COMUNICACION EFECTIVA
 - APLICACION SENSORIAL Y LENGUAJE QUE PERSUADE
- 07 NMKT SESION 7 APORTES, LIMITACIONES Y METAS DEL CONSUMIDOR
 - APORTES DEL NEUROMARKETING
 - . ESTIMULOS MAS EVALUADOS EN EL NMKT Y EJEMPLOS
 - LIMITACIONES, LO QUE NO PUEDE HACER EL NMKT.
 - METAS DEL CONSUMIDOR Y MAPEO PARA ESTRATEGIAS
- 08 NMKT- SESION 8 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA NMKT
 - · ¿COMO INVESTIGAR AL CONSUMIDOR?
- 09 NMKT-SESION 9 UX NEUROMARKETING WEB
 - UX Y NEUROPAGINA WEB
- 10 NMKT-SESION 10 LEYENDO LA MENTE
 - 1. MEDICIONES DEL SN Y CEREBRO
 - 2. ELECTROENCEFALOGRAFÍA
 - 3. EL NEGOCIO DE NMKT EN NUMERO\$
- 11 NMKT-SESION 11 LEYENDO EL INTERIOR DEL CUERPO
 - MEDICIONES EN EL S. NERVIOSO PERIFERICO
 - EYETRACKING Y METRICAS
- 12 NMKT- SESION 12 VIEJO Y NUEVO NEUROMARKETING
 - NEUROMARKETING OFFLINE/ONLINE CON JUAN PABLO RODRIGUEZ
- 13 EXAMEN PROYECTO DE ESTUDIO
 - EXPLICACION PROYECTO DE ESTUDIO Y GUIAS DE ENTREVISTA