

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 a tener 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, así como descubrir los códigos simbólicos de tu producto

Si deseas tener comunicación directa envía un whatsapp al 55 32268861

Mostrar menos ↑

- ✓ Certificado de conclusión
- 📖 Estudia a tu manera y en cualquier dispositivo
- 🔊 60 clases y 45 horas de contenido original

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

Autor(a)
Jesus Muñoz

¿Ya tienes el producto? [Accede ahora →](#)

Este es un producto digital. Recibirás las informaciones para acceder a él a través de email.



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 COMPORTAMIENTO 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 TAMALES -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 APLICACION 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 NUMEROS

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