



## NEUROMARKETING

Horas:

**60 h.**

Modalidad:

**Teleformación**

Requisitos académicos:

**Nivel 2 (E.S.O.)**

### ¿QUÉ APRENDERÁS?

Descubre el poder del Neuromarketing en la toma de decisiones de compra y la influencia de la publicidad en la mente del consumidor. Explora las bases neurocientíficas del comportamiento humano aplicadas al marketing en este curso práctico y revelador.

### OBJETIVOS GENERALES

Comprender y aplicar los principios del neuromarketing, analizando su impacto en la mente del consumidor y utilizando técnicas científicas para desarrollar estrategias publicitarias exitosas.

### PROGRAMA FORMATIVO

1. **Del Marketing al Neuromarketing.**
2. **Fundamentos y bases del neuromarketing.** Neurociencia aplicada a la toma de decisiones del consumidor. Estructura y funciones cerebrales relevantes. Enfoque en memoria, atención y los sentidos en la publicidad. Investigación Comercial y de Mercados.
3. **Medios de Pago y Estadísticas:** Configuración de métodos de pago, empleados y análisis estadísticos..
4. **Estudios prácticos sobre el comportamiento del consumidor.** Análisis de datos y tendencias en la conducta de compra. Laboratorio de Neuromarketing.
5. **Herramientas de análisis neurológico aplicado al marketing.** Medidores de atención y emociones: eyetracking, GSR, EEG, resonancia magnética funcional, entre otros. Aplicaciones prácticas en el mercado real. Percepciones y Realidades.
6. **Influencia de factores externos e internos en nuestras percepciones.** Relación entre los sentidos y la percepción de la publicidad. Fundamentos de Marketing a través del Neuromarketing.
7. **Aplicación de conocimientos en branding y posicionamiento.** Integración de conceptos neuromarketing en las 4P del marketing. Diseño del producto, comunicación y estrategias de venta. Publicidad y Manipulación.
8. **Patrones biológicos de comportamiento en el consumidor.** Impacto de las neuronas espejo y la influencia social en las decisiones de compra. Factores que afectan y manipulan el comportamiento del consumidor en el consumo.