



**Curso Online. Neuromarketing
(COMM123P0)**



Working

Formación Integral S.L.

www.workingformacion.com

OBJETIVOS

Conocer en la práctica el alcance de los conceptos asociados al Neuromarketing y su aplicabilidad analizando casos reales y estudiando los efectos que la publicidad y las marcas tienen en la mente además de proporcionar un conjunto de recursos para desarrollar estrategias exitosas.

CONTENIDOS

1. Del marketing al neuromarketing.

- 1.1. Conceptos y bases del neuromarketing.
- 1.2. Fundamentos de neuromarketing: Bases neuronales aplicadas a la conducta del consumidor y la toma de decisiones de compra.
- 1.3. Estructura y función cerebral.
- 1.4. Base científica del neuromarketing.
- 1.5. Memoria y atención.
- 1.6. Los cinco sentidos + 1

2. Investigación comercial y de mercados.

- 2.1. Estudios reales y casos prácticos.
- 2.2. Investigación en conducta del consumidor.
- 2.3. Analítica en comportamiento de compra.

3. Laboratorio de neuromarketing

- 3.1. Herramientas de análisis.
 - Medidores de atención:
 - Eyetracking monitorizado.
 - Eyetracking glasses.
 - Eye-finger tracking aplicado a dispositivos móviles.
 - Medidores de emocionales:
 - GSR
 - Cardio.
 - Apertura de pupila.
 - Movimiento de cabeza.
 - Reconocimiento facial.
 - Resonancia Magnética Funcional.

Técnicas Electrofisiológicas: EEG y electromiografía.
Tomografía.

3.2. Ejemplos aplicados a la realidad del mercado.

4. Percepciones y realidades.

4.1. Condicionantes de nuestras percepciones.

4.2. Los sentidos.

5. Fundamentos de marketing a través del neuromarketing

5.1. Aplicación de conocimientos.

5.2. Branding: neuromarketing aplicado al posicionamiento de productos y marcas.

5.2. Las 4P y el neuromarketing.

5.3. Conceptualización, comunicación e imagen.

5.4. Comunicación promoción y publicidad.

5.5. Diseño del producto y su ubicación.

5.6. Ecommerce.

6. Publicidad y manipulación.

6.1. Patrones biológicos de comportamiento en las compras.

6.2. Las neuronas espejo.

6.3. La tendencia a seguir a los demás.

6.4. Factores endógenos y exógenos que alteran conductas en consumo.

MODALIDAD

METODOLOGÍA

Online en nuestra plataforma de teleformación Homologada.
Acceso al contenido 24 horas, todos los días.

<http://workingformacion.com>

DURACIÓN

60 horas

IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un
DIPLOMA HOMOLOGADO





Working

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza
976 242 109 - info@workingformacion.com

www.workingformacion.com

