

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO

Guía del Curso

COMM123PO NEUROMARKETING

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este Curso COMM123PO NEUROMARKETING le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMM123PO NEUROMARKETING el alumno será capaz de 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

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEL MARKETING AL NEUROMARKETING

1. Conceptos y bases del neuromarketing
2. Fundamentos de neuromarketing: Bases neuronales aplicadas a la conducta del consumidor y la toma de decisiones de compra
3. Estructura y función cerebral
4. Base científica del neuromarketing
5. Memoria y atención
6. Los cinco sentidos + 1

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y DE MERCADOS

1. Estudios reales y casos prácticos
2. Investigación en conducta del consumidor
3. Analítica en comportamiento de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LABORATORIO DE NEUROMARKETING

1. Herramientas de análisis
2. - Medidores de atención
3. - Eyetracking monitorizado
4. - Eyetracking glasses
5. - Eye-finger tracking aplicado a dispositivos móviles
6. - Medidores de emocionales:
7. - GSR - Cardio
8. - Apertura de pupila
9. - Movimiento de cabeza
10. - Reconocimiento facial
11. - Resonancia Magnética Funcional
12. - Técnicas Electrofisiológicas: EEG y electromiografía
13. - Tomografía
14. Ejemplos aplicados a la realidad del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PERCEPCIONES Y REALIDADES

1. Condicionantes de nuestras percepciones
2. Los sentidos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FUNDAMENTOS DE MARKETING A TRAVÉS DEL NEUROMARKETING

1. Aplicación de conocimientos
2. Branding: neuromarketing aplicado al posicionamiento de productos y marcas

3. Las 4P y el neuromarketing
4. Conceptualización, comunicación e imagen
5. Comunicación promoción y publicidad
6. Diseño del producto y su ubicación
7. Ecommerce

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD Y MANIPULACIÓN

1. Patrones biológicos de comportamiento en las compras
2. Las neuronas espejo
3. La tendencia a seguir a los demás
4. Factores endógenos y exógenos que alteran conductas en consumo



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es