



IMECAF México, S.C.
Instituto Mexicano de Contabilidad,
Administración y Finanzas

Nombre del Curso

NEUROVENTAS

Objetivo

El participante podrá relacionar la neurociencia con el marketing. Comprenderá los estudios de comportamiento del consumidor con una visión científica basada en evidencias neurofisiológicas, así como los estudios realizados por la economía experimental y del comportamiento para influir en los mecanismos de decisión de compra de los consumidores. Por último, tendrá una visión global de la respuesta del cerebro ante estímulos externos para saber interpretar y anticipar la conducta del consumidor frente a las herramientas del marketing.

Dirigido A

Directores de marketing, Directores de comunicación, imagen y branding y Agencias de publicidad. Titulados universitarios interesados en ampliar conocimientos de marketing, en concreto sobre las técnicas de neuromarketing Y profesionales de economía interesados en ampliar conocimientos sobre neuroeconomía y neuromarketing.

Temario

Temario del Curso de Neuroventas

I. NEUROCIENCIAS, MERCADO Y ORGANIZACIONES

- Concepto y generalidades
- Neuroeconomía
 - Bases teóricas de la neuroeconomía
 - Teorías aplicadas a los sistemas de gestión empresarial
 - Futuro y tendencias
- Neuromarketing
 - Base científica
 - Objetivos de investigación para las diferentes herramientas del MK (investigación, diseño de producto, estrategia de precio, comunicación y promoción, packaging)
 - Consolidación de nuevas hipótesis para el branding
 - Diseño de la estrategia empresarial
- Ética y Neuromarketing

II.

BASE CIENTÍFICA DEL NEUROMARKETING

- El cerebro
 - Neuronas y redes neuronales
 - Neurofisiología y neurotransmisores
 - Hemisferios cerebrales. Funcionalidad
- Sentidos y percepciones
 - Visión y visiones
 - Oído, lenguaje, música. Composición literaria y musical
 - Sistema motor, tacto y relaciones sociales
 - Olfato y sensaciones
- Procesamiento de la información
- La pirámide de Maslow
 - Sistema reptiliano y el comportamiento apetitivo
 - Sistema límbico y las emociones
 - Actitud, aptitud y toma de decisiones
 - Aprendizaje y memoria

III.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Economía del Comportamiento y neuroeconomía
- Necesidades, deseos, motivación y demanda
- Bases neurofisiológicas
- Toma de decisiones. Factores de influencia
- Determinación del comportamiento desde la perspectiva neurofisiológica
- Aportaciones de la neuroeconomía a la tipificación del comportamiento del consumidor
- Representaciones mentales de los objetos de consumo y de las técnicas de comunicación de marketing
- Correlación “mente – pensamiento – idea – conducta - acción”
- Neuronas espejo. Cerebro social y comportamiento social

IV.

TÉCNICAS DE NEUROMARKETING

- El método científico y documentación especializada
- Técnicas neurológicas
 - Eye Tracking (ET)
 - Electroencefalograma (EEG)
 - Potenciales Evocados (Pes)
 - Resonancia Magnética Funcional (fMRI)
 - Tomografía de Emisión de Positrones (TEP)
 - Mediciones psicofisiológicas periféricas (actividad electrodermal, Electromiograma, electrocardiograma)
 - Diferenciación y especialización de técnicas de estudio en función de los objetivos de marketing
- Diseño de los indicadores a analizar, muestreo y análisis e interpretación de resultados
- Correlación entre las técnicas de neuromarketing y las aplicaciones prácticas en la estrategia del marketing

Fechas

Del 07-Diciembre-2019 Al 14-Diciembre-2019, Sábado de 8 a 15 hrs.
Del 27-Enero-2020 Al 31-Enero-2020, Lunes y miércoles de 19 a 22 hrs.

Del 14-Marzo-2020 Al 21-Marzo-2020, Sábado de 8 a 15 hrs.
Del 04-Mayo-2020 Al 08-Mayo-2020, Lunes y miércoles de 19 a 22 hrs.
Del 20-Junio-2020 Al 27-Junio-2020, Sábado de 8 a 15 hrs.
Del 10-Agosto-2020 Al 14-Agosto-2020, Lunes y miércoles de 19 a 22 hrs.

| Duración |
|--------------------------|
| 15 HRS. |
| Inversión |
| \$4,600.00 M. N. más IVA |

© 2019 IMECAAF México, S.C. Todos los derechos reservados.

Email: info@imecaf.com

Teléfono: (+52)(55) 1085 1515

Url: www.imecaf.com

Arquímedes 130 Despacho 205 Col. Polanco
México, Distrito Federal 11570