

NEUROMARKETING CIENTIFICO

AULA VIRTUAL

(96 horas)

Objetivo:

- Brindar conocimientos de la neurociencias aplicadas al entendimiento de la conducta del consumidor de la mano de expertos neurocientíficos, entender diversas metodologías de *neuromarketing* aplicables y procedimientos que permitan contribuir en el desarrollo de estrategias accionables para los negocios.

Dirigido a:

- Dirigido a profesionales de la mercadotecnia (directores, gerentes, *brand managers*, coordinadores y analistas), investigadores de mercados, negocios, profesionales de la publicidad, comunicación, diseño gráfico y branding, psicólogos del comportamiento del consumidor y universitarios de carreras afines interesados en el tema.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital** con **validez curricular** y **tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 60 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos y habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Aprender los conceptos básicos de neurociencias y el modelo para la toma de decisiones en el ámbito de la mercadotecnia desde la perspectiva de la neurociencia aplicada.



Conocer y comprender el uso del equipo de laboratorio en investigaciones de *neuromarketing*.



Realizar planteamientos metodológicos para dar respuesta a las incógnitas de negocio a través de la aplicación de diversas metodologías de *neuromarketing*.



Aprender los principios del marketing y su relación con las neurociencias aplicadas para contribuir en el desarrollo de estrategias accionables de negocio en lo que respecta a diferentes ámbitos como: *branding, retail, social media* y ventas.



MÓDULOS

01

Introducción al *neuromarketing* científico, la neuropirámide y el proceso de toma de decisiones

1. Mercadotecnia y neurociencias
2. Origen y evolución de las neurociencias
3. Neuromarketing teórico vs neuromarketing científico
4. Evolución histórica del *neuromarketing* en el mundo
5. Introducción al modelo de la neuropirámide base del *neuromarketing*

02

Metodología de neuromarketing y herramientas de investigación

1. Métodos de conocimiento anatómico y funcional del cerebro
2. Métodos de conocimiento del funcionamiento del sistema nervioso
3. Introducción a la electroencefalografía (EEG), Sensores periféricos y biométricos.
4. Introducción al equipo especializado de toma de registros neurofisiológicos
5. Conceptos básicos de división topográfica del cerebro
6. Ejemplos aplicables a *marketing*

03 Posicionamiento y *branding*; una perspectiva neurocientífica

1. Desarrollo del posicionamiento en *marketing* y *neuromarketing*
2. *Branding* una aproximación desde la neurociencia
3. Atributos funcionales y emocionales de la marca; *drivers* de compra
4. Percepción de marca una visión neurocientífica
5. Elementos óptimos de generación de "*Engagement*" y detonación de "*Call to action*" basados en neurociencias

04 Neurociencia aplicada a *retail*, el momento de la verdad en la decisión cerebral

1. Fundamentos del *retail* desde la óptica de las neurociencias aplicadas
2. Conceptos básicos de *eye tracking*
3. Electrooculografía como método de conocimiento profundo del *shopper* en el punto de venta
4. Impacto atencional y emocional del *packaging* desde la neurociencia aplicada (optimización de estrategias)
5. Fundamentos del concepto "*User experience* UX y aplicaciones prácticas"

05 Conceptos heurísticos, atajos mentales y neuroventas

1. Identificar los fundamentos de los conceptos heurísticos y el efecto de su aplicación en diversas estrategias de mercadotecnia
2. Introducción al *priming* y su relación con el *marketing*
3. Atajos y gatillos mentales en la estrategia de *marketing*
4. Sesgos de impacto, confirmación, disponibilidad y anclaje y la toma de decisiones
5. El concepto de neuroventas, mitos, realidades y estrategias de aplicación

06 *Storytelling, social media marketing* e inteligencia artificial y su vinculación a las neurociencias aplicadas

1. El *marketing* digital y su impacto cerebral
2. *Streaming* y *spot* publicitario; los primeros segundos en el impacto atencional y emocional del consumidor
3. Cognición y memoria en la nueva era de la comunicación digital
4. Inteligencia artificial y *neuromarketing*; un nuevo camino de comunicación
5. Fundamentos narrativos del *storytelling*
6. Componentes en el desarrollo de historias emotivas
7. Emociones, mensaje central y *marketing*
8. Construcción y percepción de marca en *neuromarketing*

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Asesoría y acompañamiento. Cuentas con un facilitador por módulo para guiarte durante tu curso.

Aplica lo que aprendas de forma inmediata.

Nota: Si no asistes a las sesiones en vivo con el profesor en las fechas y horarios establecidos, tendrás 30 días naturales para ver completa la grabación de la clase en Teams® y realizar la actividad asignada para que acredites el módulo.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx