COMM123PO NEUROMARKETING

SKU: EVOL-3236-iNO-B | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Comercio y Marketing

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	60
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0
Más información	CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

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 glases.
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.