



Cursos Superiores

Curso Superior en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Curso Superior en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor

1. Sobre Inesem
2. Curso Superior en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Porqué elegir Inesem?
6. Orientacion
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Curso Superior en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor



DURACIÓN	200
PRECIO	460 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Cursos Superiores

- Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales “Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad.”

Resumen

La mayor parte de nuestras decisiones de compra las tomamos de manera inconsciente. A pesar de que desde el marketing se intenta identificar los factores que determinan la decisión de compra, las técnicas convencionales que emplean se han mostrado válidas, pero no lo suficientemente fiables para determinar qué elementos, conscientes e inconscientes, median en la relación del consumidor con el producto y la marca. Con este Curso aprenderás las principales técnicas de neuromarketing aplicadas con el objetivo de alcanzar un mayor conocimiento del consumidor, permitiendo así a las empresas desarrollar estrategias de marketing eficientes y con un mayor retorno de la inversión. Apuesta por la innovación y la ciencia para diseñar estrategias de marketing exitosas.

A quién va dirigido

Los profesionales del ámbito de las ciencias económicas y empresariales que poseen grados equivalentes a Marketing e Investigación de Mercados, Marketing y Publicidad, entre otros, son los principales beneficiarios del Curso en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor. Igualmente, si estás interesado en especializarte en este ámbito, podrás realizar este curso.

Objetivos

Con el Cursos Superiores **Curso Superior en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Gracias al Curso en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor, conseguirás definir estos conceptos
- Conocer el perfil profesional del experto en Neuromarketing.
- Comprender la diferencia entre las pruebas PET y otras modalidades.
- Dominar los registros de las expresiones faciales, la frecuencia cardíaca y otras medidas fisiológicas.
- Conocer los efectos del marketing ante estímulos psicológicos.
- Estudiar el proceso de neurocomunicación en la venta.





¿Y, después?

Para qué te prepara

El Curso en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor, te preparará para conocer el papel del neuromarketing en el mercado y las principales limitaciones de este. Además, te ayudará a entender los usos y aplicaciones de las herramientas de exploración de neuromarketing, como son la resonancia magnética y el TAC. También, te conceptualizará en la demanda del neuromarketing y en la neurosegmentación estratégica.

Salidas Laborales

Los estudiantes que finalicen de forma correcta el Curso en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor, podrán desarrollar su actividad en profesiones como Colaborador en diseño de productos y estrategias comerciales en laboratorios de neuromarketing, Experto en fidelización de Clientes, Experto en técnicas de Neuromarketing, Gestor en el Departamento de Marketing, etc.

¿Por qué elegir INESEM?



PROGRAMA ACADÉMICO

Curso Superior en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor

Módulo 1. **Introducción al neuromarketing**

Módulo 2. **Tecnologías de investigación en neuromarketing**

Módulo 3. **Estudio del consumidor y estrategias de influencia**

Módulo 4. **Customer experience management**

Módulo 1. Introducción al neuromarketing

Unidad didáctica 1. Conceptualización y aplicación del neuromarketing

1. Definición y objetivos del Neuromarketing
2. Evolución del marketing al neuromarketing
3. Aplicaciones del neuromarketing

Unidad didáctica 2. Perfil profesional y ámbito de actuación

1. Perfil profesional en Neuromarketing
2. El neuromarketing en el mercado

Unidad didáctica 3. Alcance y limitaciones del neuromarketing

1. Alcance del Neuromarketing
2. Limitaciones del Neuromarketing

Unidad didáctica 4. Situación actual y tendencias

1. El Neuromarketing actual
2. Tendencias en Neuromarketing

Módulo 2. Tecnologías de investigación en neuromarketing

Unidad didáctica 1. La investigación en neuromarketing

1. Introducción
2. Tecnologías de investigación en neuromarketing
3. Criterios de elección de las tecnologías de investigación en neuromarketing
4. Usos y aplicaciones de las tecnologías de investigación en neuromarketing

Unidad didáctica 2. Electroencefalografía (eeg)

1. Descripción y funcionamiento de la Electroencefalografía
2. Artefactos en el EEG
3. Montaje
4. Procesamiento de datos del EEG
5. Potenciales Evocados y ERPs (Event Related Potentials)

Unidad didáctica 3. Resonancia magnética cerebral

1. Resonancia Magnética

Unidad didáctica 4.

Técnicas de imagen tomográfica: tac y pet

1. Tomografía Axial Computarizada: TAC
2. Funcionamiento del TAC
3. Riesgos del TAC
4. Tomografía por Emisión de Positrones: PET
5. Diferencias entre el PET y otras modalidades
6. Riesgos del PET

Unidad didáctica 5.

Face reading y medidas fisiológicas

1. Registro de las expresiones faciales: Face Reading
2. Registro de la frecuencia cardíaca
3. Registro de la respuesta galvánica de la piel

Unidad didáctica 6.

Eye tracking

1. Definición
2. Orígenes del eye tracking
3. Campos de investigación
4. Métricas en eye tracking
5. Representación de los datos
6. Combinación de eye tracking y expresiones faciales
7. Entorno ideal para las pruebas de eye tracking

Módulo 3.

Estudio del consumidor y estrategias de influencia

Unidad didáctica 1.

Psicología del consumidor

1. Psicología del consumidor
2. Motivación y persuasión del consumidor
3. Las emociones en el comportamiento de compra
4. Predicción en el comportamiento de compra

Unidad didáctica 2.

Análisis del comportamiento de compra de los consumidores y de las organizaciones

1. El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
2. Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores
3. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

Unidad didáctica 3.

Tipos de consumidores y segmentación de mercado

1. Tipos de Consumidores y Segmentación del mercado
2. Neurosegmentación
3. Consumidor Digital y Comportamiento del Consumidor digital
4. La demanda en el neuromarketing estratégico
5. Técnicas de análisis de la demanda
6. Principales tipos de neurotransmisores y su efecto en el consumidor
7. El Neuromap: PAIN, CLAIM y GAIM

Unidad didáctica 4.

La neuroventa y sus fundamentos

1. Las Ps en el neuromarketing
2. Fundamentos y metodología de la neuroventa
3. La neurocomunicación en la venta
4. Estrategias producto servicio

Módulo 4.

Customer experience management

Unidad didáctica 1.

Introducción al customer experience

1. Customer Experience: aspectos generales
2. Importancia de la experiencia en el sector servicios
3. Customer journey map
4. Branding y experiencia del cliente

Unidad didáctica 2.

Estrategia de la experiencia del cliente

1. Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
2. Generar valor añadido al cliente

Unidad didáctica 3.

Análisis de la experiencia del cliente

1. Las técnicas de grupo
2. Las encuestas
3. La filosofía de Parasuraman

Unidad didáctica 4.

Experiencia digital y experiencia del usuario

1. Monitorización de la experiencia digital del cliente
2. El marketing online
3. Social media marketing

Unidad didáctica 5.

Herramientas del neuromarketing y su aplicación en la fuerza de ventas

1. Definición y objetivos del Neuromarketing
2. Evolución del marketing al neuromarketing
3. Aplicaciones del neuromarketing

Unidad didáctica 6.

Aplicaciones profesionales y ámbitos de actuación del neuromarketing

1. Perfil profesional en Neuromarketing
2. El neuromarketing en el mercado

Unidad didáctica 7.

Motivación y emoción herramientas para el neuromarketing

1. Motivación. Definición y aspectos básicos
2. Emoción. Definición y aspectos básicos

Unidad didáctica 8.

Percepción y atención herramientas para el neuromarketing

1. Percepción. Definición y aspectos básicos
2. La percepción selectiva
3. La percepción de acontecimientos
4. Atención. Definición y aspectos básicos
5. Taxonomía de la atención
6. Los filtros del cerebro
7. El ojo del espectador
8. Percepción y atención. Caso de estudio

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Comunidad

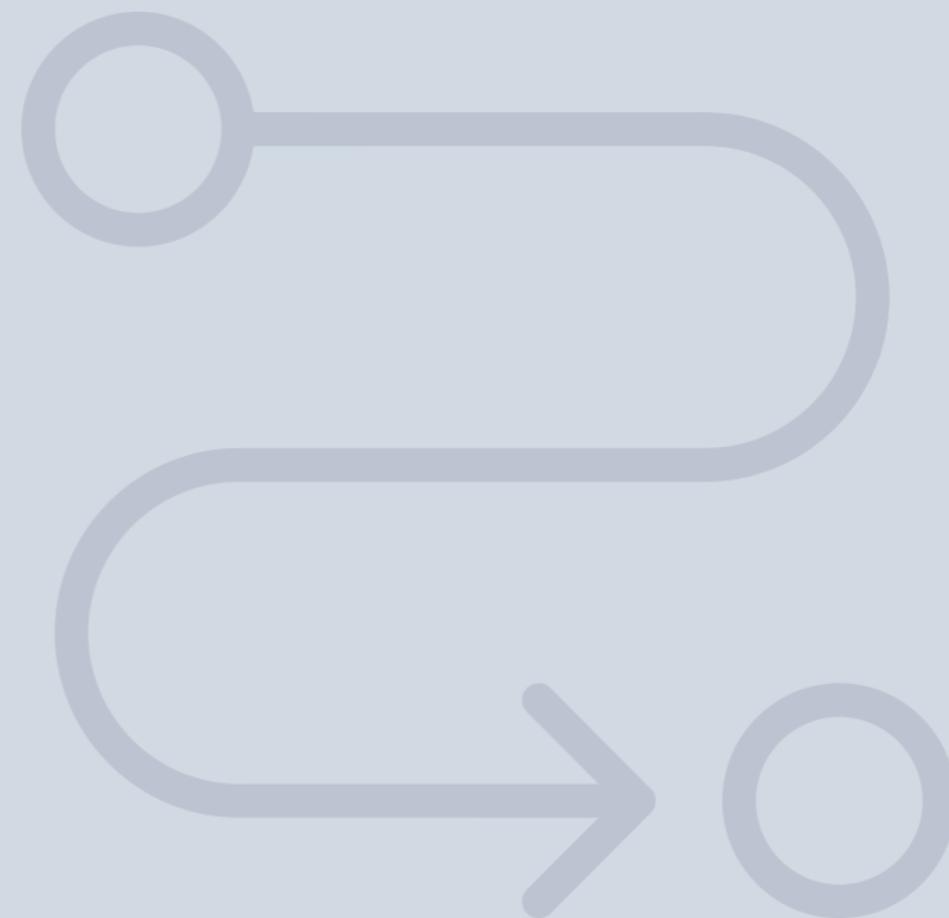
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

Beca desempleo

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

Beca emprende

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

Beca alumnos

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Cursos Superiores

Curso Superior en Neuromarketing y Comportamiento
del Consumidor

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.