

# GUÍA DIDÁCTICA NEUROMARKETING (COMM123PO)

ESTATAL

## Presentación

Este curso te prepara para innovar en las estrategias de marketing y publicidad de las marcas, desde el estudio de los procesos emocionales y sensoriales que llevan al consumidor a realizar una compra.

## Características



Modalidad

E-learning.



Duración

60h.

## Contacto

Clictic, S.L. (España)  
Rúa da Coruña, 33

36208 Vigo  
Pontevedra

[contenidos@repositorioclictic.com](mailto:contenidos@repositorioclictic.com)  
<https://catalogo.repositorioclictic.com>

# NEUROMARKETING (COMM123PO)

## Objetivos

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.

## Programa

| 60 horas | NEUROMARKETING (COMM123PO)  |   |
|----------|---|---|
| 60 horas | <p><b>1. Del marketing al neuromarketing.</b></p> <p>1.1. Conceptos y bases del neuromarketing.<br/>           1.2. Fundamentos de neuromarketing: Bases neuronales aplicadas a la conducta del consumidor y la toma de decisiones de compra.<br/>           1.3. Estructura y función cerebral.<br/>           1.4. Base científica del neuromarketing.<br/>           1.5. Memoria y atención.<br/>           1.6. Los cinco sentidos + 1</p> <p><b>2. Investigación comercial y de mercados.</b></p> <p>2.1. Estudios reales y casos prácticos.<br/>           2.2. Investigación en conducta del consumidor.<br/>           2.3. Analítica en comportamiento de compra.</p> <p><b>3. Laboratorio de neuromarketing</b></p> <p>3.1. Herramientas de análisis.<br/>           -Medidores de atención:<br/>           Eyetracking monitorizado.<br/>           Eyetracking glasses.<br/>           Eye-finger tracking aplicado a dispositivos móviles.<br/>           – Medidores de emocionales: GSR<br/>           – Cardio.<br/>           Apertura de pupila.<br/>           Movimiento de cabeza.<br/>           Reconocimiento facial.<br/>           Resonancia Magnética Funcional.<br/>           Técnicas Electrofisiológicas: EEG y electromiografía.<br/>           Tomografía.<br/>           3.2. Ejemplos aplicados a la realidad del mercado.</p> | <p><b>4. Percepciones y realidades.</b></p> <p>4.1. Condicionantes de nuestras percepciones.<br/>           4.2. Los sentidos.</p> <p><b>5. Fundamentos de marketing a través del neuromarketing</b></p> <p>5.1. Aplicación de conocimientos.<br/>           5.2. Branding: neuromarketing aplicado al posicionamiento de productos y marcas.<br/>           5.2. Las 4P y el neuromarketing.<br/>           5.3. Conceptualización, comunicación e imagen.<br/>           5.4. Comunicación promoción y publicidad.<br/>           5.5. Diseño del producto y su ubicación.<br/>           5.6. Ecommerce.</p> <p><b>6. Publicidad y manipulación.</b></p> <p>6.1. Patrones biológicos de comportamiento en las compras.<br/>           6.2. Las neuronas espejo.<br/>           6.3. La tendencia a seguir a los demás.<br/>           6.4. Factores endógenos y exógenos que alteran conductas en consumo.</p> |