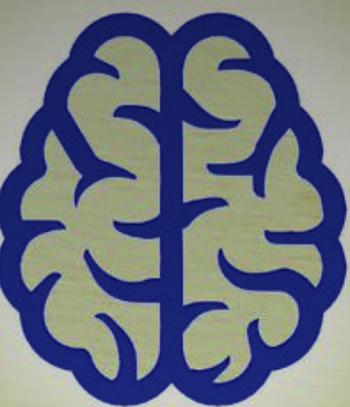




Universidad del Desarrollo



CURSO

NEUROMARKETING

APLICADO

INICIO: 25 DE SEPTIEMBRE 2023

DECIDE
DESARROLLA
IMPACTA

Lifelong Learning **UDD**
El valor de la formación sin límites



6 AÑOS



Universidad del Desarrollo
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS
NIVEL DE EXCELENCIA
Diciembre 2021 - Diciembre 2027
Gestión Institucional - Docencia de Pregrado
Vinculación con el Medio - Investigación - Docencia de Postgrado

SOBRE EL PROGRAMA

El programa tiene por objetivo conocer los principales conceptos básicos y avanzados del Neuromarketing haciendo foco en el uso práctico de los mismos.

El curso se inicia identificando el pasaje del marketing al Neuromarketing, para luego pasar a descubrir los deseos y necesidades de los clientes. Para ello, se hará foco en los conceptos de emociones y sensaciones, para luego abordar el tema de aprendizaje, memoria y percepción.

Una segunda parte del programa hará foco en el Neuromarketing visual, auditivo, olfativo, gustativo y táctil. Finalmente, se profundizará en el Neuromarketing en User Experience y en el Neuromarketing digital para terminar con el desarrollo de Neuroexperiencias.

OBJETIVOS GENERAL

Conocer las principales herramientas del Neuromarketing en forma aplicada al mundo de los negocios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar y aplicar las herramientas del Neuromarketing visual, auditivo, olfativo, gustativo y táctil.
- Conocer la aplicación del Neuromarketing al User Experience.
- Aplicar el Neuromarketing a los Negocios Digitales.
- Comprender el desarrollo y aplicación de Neuroexperiencias.

DIRIGIDO A

Empresarios, ejecutivos, estudiantes y público en general interesado en conocer el potencial de las herramientas básicas y avanzadas de Neuromarketing aplicado al mundo de los negocios.

MODALIDAD

CLASES ONLINE

El programa se compone de 8 módulos con un total de 24 horas cronológicas.



ONLINE EN VIVO

Actividades remotas en vivo, correspondientes a talleres de aplicación donde el profesor y alumnos se conectan e interactúan en tiempo real, en una fecha y horario establecido.

CONTENIDOS

MÓDULO

1

INTRODUCCIÓN AL NEUROMARKETING. PRINCIPALES HERRAMIENTAS

 DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Comprender las principales características de las Neurociencias desde el Marketing

- Las Neurociencias desde el Marketing
- Modelo Persuasivo del Neuromarketing
- El cerebro y su mapa de decisiones

MÓDULO

2

EMOCIONES, SENSACIONES, PENSAMIENTOS COMO EJES DEL NEUROMARKETING

 DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Conocer las características del sistema sensorial y su aplicación al marketing

- Sistema sensorial
- Sensación de Temor
- El efecto de las emociones
- De emociones a pensamientos

MÓDULO

3

APRENDIZAJE, MEMORIA Y PERCEPCIÓN

 DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Aplicar los puentes entre aprendizaje, memoria y percepción

- Memoria de corto y largo plazo
 - Consolidación y reconstrucción de la memoria
 - El proceso perceptivo
 - Dinámica perceptiva
-

MÓDULO

4

NEUROMARKETING VISUAL Y AUDITIVO

 DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Comprender los efectos de la música y los colores en la toma de decisiones de compra

- Propiedades neurológicas de la paleta de colores
 - La seducción de la música
 - Las formas y el proceso de toma de decisiones
-

MÓDULO

5

NEUROMARKETING OLFATIVO, GUSTATIVO Y TÁCTIL

 DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Conocer los comportamientos multisensoriales

- El comportamiento ante el aroma
 - Tacto y marca sensorial
 - Sensaciones del packaging
-

MÓDULO

6

NEUROMARKETING APLICADO A USER EXPERIENCE



DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Conocer las principales herramientas del Neuromarketing en la experiencia del cliente

- Identificación de nuevas necesidades de los usuarios
 - Neuromarketing por acercamiento al cliente
 - Neuromarketing y Coolhunting
 - Storydoing
-

MÓDULO

7

NEUROMARKETING APLICADO A MARKETING DIGITAL



DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Comprender la aplicación del Neuromarketing al Marketing Digital

- Neuromarketing en páginas web
 - Neuromarketing en correos electrónicos
 - Neuromarketing en plataformas de redes sociales
 - Neurobranding
-

MÓDULO

8

NEUROEXPERIENCIAS



DURACIÓN: 2,5 HORAS

OBJETIVOS:

Conocer las principales etapas para creación y desarrollo de Neuroexperiencias

- Estrategias para la Generación de NeuroExperiencias
 - Tipos de NeuroExperiencias: sensoriales, afectivas, creación cognitiva, físicas y socio culturales
 - Las 3E de las NeuroExperiencias: entretención, emoción, educación
-

DOCENTE



Marcelo Barrios

- Licenciado en Economía, USAL
- MBA, IAE Business School
- Doctor en Administración, ESEADE
- Director Asociado de MAE Consultores
- Visiting Scholar en Stanford University, USA
- Visiting Scholar y Research Associate en Indiana University at Bloomington, USA
- En la Actualidad es Profesor del MBA de la: UNSTA, de La Universidad de la Plata, de ESEADE, de la Universidad Nacional de Mar del Plata, de la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires, CORE School de Management de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia), de la Universidad Católica de Uruguay, la Universidad Continental, Perú, Universidad Americana de Paraguay, Universidad Católica de Perú y Barna Management School en Santo Domingo, República Dominicana y del Diplomado en Negocios de la Universidad de Chile.
- Ha sido consultor en temas de marketing y estrategia para las siguientes empresas e instituciones: Agencia Briones S.A., Aviabue, Cámara de Empresarios Hoteleros de Villa Gesell, Creditón (Ecuador), COMA S.A., Diagnóstico E. Rossi, Empresa La Piedad S.A., Ente Patagonia Argentina, Estancia La Estrella, Grupo Sabre, Grupo Torres, Hotel Delfín Azul, Iggy Travel Consulting, Jama S.A., L+C, Laboratorio Rossmore, Municipalidad de Tandil, Pinturerías Rex, Restaurante Gastronomía Mexicana (República Dominicana), Secretaría de Turismo de la Nación, Galletitas Veganitas, entre otras.
- Ha realizado actividades de capacitación ejecutiva en forma directa o a través de otras instituciones tanto en Argentina como en otros países de Latinoamérica para las siguientes empresas: AGCO, AIG Compañía de seguros- Alico - La Meridional, Banco Ciudad, Banco Santander Río, Bayer, Bimbo, CAMARCO; Cencosud, Cepas Argentinas, Claro, Coca Cola de Argentina, FEMSA, Deloitte, Escuela Internacional de Turismo Islas Malvinas, Estudio 2F, FEGHRA, Focus Internacional (Colombia y Ecuador), Ford Motor Argentina - Red de concesionarios, Gas Natural Ban, Grupo Peñaflor, Hipódromo Argentino de Palermo S.A., Incatur-FAEVYT, Jumbo Retail., Laboratorio Rossmore, LAN Argentina, Media Planning Group, Ministerio de Turismo de Argentina, Naviera Antares, Organon, Grupo Peñaflor, Polo Tecnológico, Sanofi-Aventis. Omint, Grupo Clarín, Sheraton Hotel, Tecpetrol, Techint, Tenaris, Ternium, Telefónica de Argentina, Teletech, TYCO, Wall Chase Partners, YPF, entre otras.

Admisión 2023

CURSO

NEUROMARKETING APLICADO

INFORMACIÓN GENERAL

FECHAS:

Inicio: Lunes 25 de septiembre 2023
Término: Lunes 23 de octubre 2023

MODALIDAD:

Online en Vivo

VALOR PROGRAMA:

\$250.000 CLP

HORARIO:

Días de clases: Lunes y miércoles
Horario: 18:30 a 21:00 hrs.
Cantidad de módulos: 8
Horas por módulo: 2,5 horas

DESCUENTOS:

25% alumni UDD.

CONTACTO

programasfen@uddcl

+56 9 89229146

Descuentos no acumulables. Se aplica sobre el arancel.

La Universidad se reserva el derecho a dictar el programa si no existe el mínimo de participantes requeridos.