

**PROGRAMA  
EJECUTIVO DE  
NEUROMARKETING  
Y TÉCNICAS QUE  
INFLUYEN EN EL  
COMPORTAMIENTO**

**Desde las Neurociencias hasta Economía Conductual.**

**Como inducir a que compren sus productos y servicios.**

## **INTRODUCCIÓN**

El curso de **Neuromarketing** explica el funcionamiento del cerebro y cómo interpreta los estímulos, mostrando diferentes formas de generar acciones exitosas vinculadas al marketing y variado tipo de relaciones humanas.

Al poder **conocer como el cerebro funciona**, se puede conjugar con neuropsicología logrando que las personas se comporten de la forma deseada.

Desde las **neurociencias aplicadas** se obtiene mejor desempeño comercial de productos y servicios.

Se enseñará como esta **nueva ciencia combinada con economía conductual** y otras importantes técnicas permite generar reacciones y decisiones de los consumidores a nuestra conveniencia.

Al ver casos “**increíbles**”, de este tipo de “**magia**” podrán acceder a un nuevo mundo del marketing y de las relaciones humanas.

Si desea conocer y **dominar las técnicas más modernas**, *muy solicitadas en las ofertas de empleo*, que llevan a las empresas y profesionales a liderar sus mercados, le ofrecemos no solo entender ésta tecnología, sino también podrán conocer las diferentes técnicas de **psicología de pricing y de comportamiento humano en el momento de tomar decisiones**.

## **CARACTERÍSTICAS**

Permitirá conocer y dominar técnicas emergentes de la **neurociencia y el neuromarketing**.

Con **muchos ejemplos y casos** tendrán acceso a conocer la última tecnología, en forma teórico-práctica con posibilidad de **aplicarlo en forma inmediata** en sus actividades.

Se introduce en un mundo fascinante de la mente y las técnicas y tecnologías del Neurolaboratorio que se están utilizando en la actualidad en todo tipo de bienes y servicios.

## OBJETIVO GENERAL

El objetivo es aprender de un modo práctico qué es el neuromarketing y cómo construir estrategias comerciales ganadoras que acerquen a los clientes a su negocio.

Es un conocimiento que brinda beneficios inmediatos

Si busca innovar, diferenciarse, lograr el éxito comercial, aquí encontrará inspiración

Podrá entender cómo somos influenciados y manipulados de formas insospechadas, cómo se diseñan, qué técnicas permiten medir y evaluar estas acciones que están desarrollando las principales empresas del mundo.

## DESTINATARIOS

Quiénes quieran entender el funcionamiento de la mente y las dinámicas de interacción con el fin de generar y optimizar negocios. Los Empresarios, Emprendedores. Profesionales independientes. Gerentes. Gente de negocios. Profesionales del área de marketing, investigación de mercados, pricing y comunicación son especiales destinatarios de esta especialización.

El curso de Neuromarketing está dirigido a aquellos que deseen comprender el comportamiento humano ante diferentes tipos de estímulos antes y durante la compra.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A lo largo del curso de neuromarketing y técnicas asociadas esperamos que nuestra audiencia pueda:

- a) Conocer el **funcionamiento y utilidad** del neuromarketing.
- b) Creación de **estímulos al cerebro y modificación del comportamiento** humano.
- c) Dominar la relación entre las organizaciones y las neurociencias.
- d) Ejecutar técnicas de marketing sensorial, ventas y psicología social, entre otras.

## CONTENIDOS

Desde las Neurociencias al Neuromarketing. Técnicas eficaces. Múltiples casos y ejemplos. Factores de éxito. Métodos que inducen al consumidor. Cómo funciona el proceso decisorio revelado. Psicología aplicada. Neuroventas en diferentes mercados. El lenguaje no verbal. Técnicas eficaces modernas y modernizadas. Cómo funciona y se puede crear un laboratorio de neuromarketing. Muchos casos y ejemplos sobre los temas tratados.

## **PROGRAMA**

### **MÓDULO 1: NEUROCIENCIA. DESTRONANDO AL HOMOECONOMICUS**

Paradojas que nos muestran el camino desde Allais y Ellsberg hasta la revolución tecno-mental.

La mente se confunde, verdad y percepción parte 1

Manejando el botón de compra. Neuronas y algo más.

La cognición y la conducta.

Funcionamiento neuronal y su uso para hacer negocios y lograr objetivos.

Estímulos que influyen en nuestras decisiones., cómo reaccionan y como se manejan.

Explicación simple y detallada del funcionamiento del cerebro y como las neurociencias lo engañan.

Avances de las Neurociencias aplicadas a las conductas y el marketing

### **MÓDULO 2: NEUROMARKETING**

Cabalgando cerebros.

Economía conductual, abriendo el camino generando varios premios nobel relacionados con el tema

La neurorevolución tiene la llave y el poder en sus manos

Sorpresa, todos mienten y se copian, ahora podemos saberlo y medirlo. Basta de derrochar recursos,

Neuromarketing consumer science y neuromediciones. BCI y otras tecnologías aplicadas

Modernos laboratorios de neurociencias y como crearlos con bajo presupuesto

Neurobiología de la felicidad. Programando mentes parte 1

Casos y ejemplos

Resultados en lay out, packaging, publicidad, estrategias, color, web, afiches, etc

### **MODULO 3: SEGOS MENTALES, PERCEPCIONES Y FILTROS**

#### **PSICOSOCIALES/CULTURALES**

Percibimos las cosas de manera insospechada

Los “Efectos” que explican la forma asimétrica de las decisiones

Cientos de sesgos y comportamientos resumidos y explicados desde su funcionamiento hasta cómo abordarlos exitosamente.

Métodos y estrategias increíblemente eficaces

Neurociencias aplicadas a los negocios. Adicciones y recompensas

Casos y ejemplos

### **MÓDULO 4: DECISIONES Y COMPORTAMIENTOS. PITCHING Y STORYTELLING.**

Neurohormonas y forma de aprovecharlas. Vender un concepto con neurociencias,

Técnicas de pitching y El sistema KITA

Neuroplasticidad, el rol comercial de los tipos de memoria

Umbral de decisiones y métodos exitosos

Estímulos y Emociones, motivación deseo e inspiración respuestas a todas las preguntas

Como leer e interpretar las emociones.

El viaje emocional y el recorrido del héroe

Como presentar productos y situaciones para que sean creíbles y convincentes

Decisiones conscientes, inconscientes: su funcionamiento y estrategia de inducción

## **MÓDULO 5: NEUROMARKETING APLICADO A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y PUBLICIDAD**

Tecnología y métodos que vuelven obsoleto lo utilizado hasta hoy.

El impacto de la Publicidad en el cerebro. Redes sociales y otras herramientas

STP herramienta prioritaria.

Como dejar de tirar el dinero en acciones ineficaces

Tecnología aplicada a resultados captando la atención y generando acciones específicas.

Medición del valor

Lograr impacto con mínimo esfuerzo

Neurodiseño publicitario, mensaje, metamensaje, color, medición y sorpresas.

Marketing digital, social media y neuromarketing

Casos y ejemplos

## **MÓDULO 6: PRICING Y NEUROMARKETING**

La mente se confunde y las empresas lo usan

Cambios de paradigmas y Teoría del valor aplicada

El poder de 1 centavo

¿Más de lo mismo?

Estrategias de precios web, B2B y de retail.

Que compramos cuando compramos

Neuromarketing inverso y el caso del avión de D Trump

De lo racional a lo emocional, un camino de ida

Casos resonantes de éxito

Algoritmos de la toma de decisiones

## **MODULO 7: EL CUERPO HABLA.**

Mitos de la psicología y el marketing develados. El poder de los gestos

PNL aplicada al área comercial y las relaciones humanas. Mensajes y metamensaje. PNL y DISC

Programando mentes parte 2

Neuromagia

El sexo y su relación con los productos y los mensajes

El cuerpo nos traiciona

Neuroventas, técnicas y TIPS.

Neuroética, donde deberíamos considerar que llegamos a los límites de la manipulación mental

Casos y ejemplos

## **MODULO 8: NEUROMARKETING APLICADO**

Prácticas trucos y métodos sorprendentes

Neurofacts

Nuevos roles en la sociedad, la mujer los nativos digitales y el gran cambio

Formas de convencer y persuadir utilizando neurociencias

Ajustando puntería, neuroconsejos

Taller de cierre

Casos y ejemplos

## **COORDINADORES ACADÉMICOS**

### **PATRICIA IURCOVICH**

Licenciada en Publicidad y Analista en Medios (Universidad del Salvador). Master en Comunicación Institucional UCES; Titular nivel grado y posgrado en Universidad de Belgrano, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Universidad de Palermo, en temáticas de Comportamiento del Consumidor, comunicación y Marketing. Se ha desempeñado en empresas corporativas y consultoras. Entre sus publicaciones se encuentra un Libro sobre el Mundo de las Pymes, Comunicación y Negocios. Columnista en Eco Medios, (Radio Streaming con la conducción de Claudio Destéfano). Directora y Fundadora de la Consultora PI Comunicación Integral orientada mayormente a Pymes. Escribe para medios periodísticos. Ha vivido en el extranjero, Italia.

### **PABLO V. KIRSCHENBAUM**

MBA Magíster en Negocios y Empresas Internacionales Universidad Valladolid (España).

MBA Master in Business Administration UP. Licenciado en Administración UBA.

Posgrados en logística UBA Ingeniería y en Francia Grupo Peugeot.

Formación en neurociencias y marketing deportivo en América del Norte y Europa.

Profesor de marketing en MBA y Master UB. Profesor de Precios, Marketing, Proyectos II UP.

Ganador del Premio Fundación ExportAr y Premio a la Exportación Argentina. Jurado del Premio Mercurio AAM Asoc. Arg. Marketing. Disertante y conferencista. Ex Gerente y Consultor en Pymes, empresas multinacionales y organismos internacionales. Socio en L&K y asociados consultores.

***Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.***

## **CONSIDERACIONES GENERALES**

### **INICIO**

22 de septiembre de 2021

### **FINALIZACION**

10 de noviembre de 2021

### **DURACION**

El curso completo tiene una duración de 24 horas, desarrolladas de acuerdo a la siguiente modalidad:

- 8 módulos
- A realizarse en encuentros semanales de 3 horas cada uno
- **CLASES ON LINE Y EN VIVO**

### **DÍAS Y HORARIOS DE CURSADA**

Miércoles de 18:30 a 21:30 h.

### **APROBACIÓN**

Requisitos de aprobación del curso

Participación con 75 % de asistencia y desarrollo de trabajo práctico integrador de la cursada.

### **METODOLOGÍA**

Las clases son teórico prácticas con talleres y trabajos grupales.

Análisis y estudio de casos, ejemplos, mini casos.

Se analizarán las estrategias y herramientas utilizadas por los líderes de mercado y veremos los casos de éxito y las nuevas tendencias.

Teoría y práctica de neurociencias para ser aplicadas con éxito.

## **CERTIFICADOS**

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida.

***Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad.***