



# CURSO PROFESIONAL DE **NEUROMARKETING** APLICADO A LA COMUNICACIÓN

2ª EDICIÓN

## MODULO I

# Neuromarketing

20 horas

1. ¿Qué es el Neuromarketing?
2. ¿Cómo observamos el cerebro?
3. ¿Cómo funciona el cerebro?
4. Neuromarketing sensorial
5. Neuromarketing psicológico
6. ¿Cómo decide el cerebro?
7. Neuroética

## MODULO II

# Neuromarketing y comunicación

20 horas

1. Estrategia de comunicación: Objetivos y normas
2. Investigación de mercados: nuevas tendencias
3. Cómo planificar una estrategia de comunicación
4. Materialización del plan de comunicación
5. Integración del plan de comunicación
6. Criterios de control y rentabilidad
7. Estudio de casos reales

## MODULO III

# Casos prácticos

10 horas

1. Posicionamiento de *branding*
2. Selección de líderes de opinión
3. Optimización del diseño y ubicación de un producto
4. Identificación de *insights*
5. Maximizar el mensaje publicitario
6. Análisis de discurso

# INFORMACIÓN DE INTERÉS

	<p>13 Abril a 12 Mayo</p> <p>Viernes 16:00 – 21:00h      Sábados 9:00 – 14:00h</p> <p>50 horas de duración</p>
	<p>Facultad de Comercio Uva Plaza Campus Universitario, 1, 47011 Valladolid</p>
	<p>500€ incluye inscripción, reserva de plaza, material didáctico y título acreditativo</p> <p>Plazas limitadas</p>
	<p>Dirigido a profesionales de Marketing, Comunicación y Negocios</p>
	<p>Para más información y consultas:</p> <p><a href="mailto:informacion@funge.uva.es">informacion@funge.uva.es</a></p>

**CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA**

# OBJETIVOS DEL CURSO

- ✓ Adquirir conocimientos básicos sobre Neurociencia y Neuromarketing aplicados a la comunicación.
- ✓ Entender y aplicar procesos cognitivos para realizar estrategias y planes de comunicación.
- ✓ Comprender el valor del Neuromarketing en la comunicación empresarial y las ventajas de su aplicación.
- ✓ Comprender y aunar técnicas tradicionales de investigación de mercados y novedosas con base neurocientífica para la resolución de problemas.
- ✓ Acercamiento a los mecanismos cerebrales implicados en la decisión de compra, la percepción de marca y el procesamiento de información empresarial.
- ✓ Conocer el papel de la emoción y la atención en el binomio 'consumidor - producto'. Elaboración de experiencias de compra basadas en éste.
- ✓ Definir estrategias empresariales.
- ✓ Adquirir nociones de ética sobre Neuromarketing.
- ✓ Aplicar los conocimientos adquiridos en la programación teórica en los casos prácticos de comunicación empresarial.
- ✓ Saber tomar decisiones empresariales en función de la formación adquirida y con recursos limitados.

# METODOLOGÍA

## Motivadora y participativa

Los alumnos participantes aportarán sus conocimientos y experiencias con el fin de obtener una respuesta motivadora durante la formación.

## 360°

Desarrollo de las competencias a través de la integración de teoría, motivación y la propia atención y emoción de los alumnos.

## Experiencial

Aprender de primera mano con profesionales del sector de la investigación de mercados y neurociencia con el objetivo de aunar ambas áreas de conocimiento y aplicarlas posteriormente a la actividad profesional. En este sentido, contamos con *Masterclass* impartidas por representantes.

## Práctica

Los conocimientos adquiridos durante la formación teórica se aplicarán durante las sesiones prácticas.