



Experto en:

NEUROMARKETING Y LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA

El Neuromarketing es la disciplina que relaciona el marketing y el comportamiento del consumidor mediante las neurociencias aplicando los resultados a la estrategia de marketing. Este curso responde a las nuevas corrientes de pensamiento, donde el conocimiento de nuevas técnicas para la creación de marcas se ha convertido en muy demandado.

El Neuromarketing es el área del marketing que estudia los procesos cerebrales y su impacto en el proceso de toma de decisiones de los consumidores. Investiga qué zonas del cerebro están relacionadas en el comportamiento de los consumidores cuando: elige una marca, compra un producto/servicio o es expuesto a un material publicitario.

Las marcas, para tener éxito, necesitan ser excepcionales, necesitan ocupar una posición única en la mente de sus consumidores, y hoy la ciencia pone a disposición nuevas herramientas para cambiar el mundo del marketing. Gracias a ellas, tenemos las claves para conseguir posicionar un producto en la mente de su público objetivo.

DIRIGIDO A

- Gerentes de Marketing que quieren mejorar sus habilidades de evaluación de mercado, con un enfoque real y práctico
- Profesionales tales como administradores de empresas, marketing y ventas, ingenieros comerciales y otros interesados en complementar sus habilidades gerenciales con actitudes y cualidades de liderazgo
- Psicólogo/as de diferentes áreas (clínica, organizacional, social, educativo) que quieren dominar herramientas enfocadas al marketing y manejo de mercado

OBJETIVO

Generar capacidades y transferir conceptos teórico-prácticos, estrategias y herramientas necesarias para dirigir, evaluar y administrar las estrategias de Neuromarketing y la Programación Neurolingüística dentro de una empresa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al término del programa los participantes tendrán los enfoques, habilidades y herramientas para:

- Descubrir las herramientas básicas del Neuromarketing
- Saber manejar conceptos y herramientas de Neuromarketing
- Lograr definir los elementos básicos de la Programación Neurolingüística
- Desarrollar estrategias de Neuromarketing y la Programación Neurolingüística
- Estudio del comportamiento del consumidor a través de las nuevas tecnologías, aplicadas tanto en referencia a la investigación como a la estrategia de marca
- Conocer las nuevas estrategias de marketing vinculadas a las neurociencias y a la psicología
- Identificar el impacto emotivo que genera su producto, servicio, marca, canal por medio del análisis de las respuestas neurológicas
- Comprender el comportamiento del consumidor en el momento de la compra
- Identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes definidas en base a las respuestas cerebrales

METODOLOGÍA

El programa bajo la modalidad presencial tiene un enfoque práctico y moderno, relacionado con la realidad boliviana. Se aplicará una metodología participativa, mediante presentaciones dialogadas, resolución de ejercicios, estudio de casos, role plays y simulaciones. Todos los módulos comprenden un importante componente práctico, en forma de ejercicios y trabajos grupales.

PLAN DE ESTUDIOS

• Introducción al Neuromarketing

- ¿Por qué la necesidad del Neuromarketing?
- Elementos básicos a tomar en cuenta
- Entorno de mercado en el Neuromarketing
- Influir positivamente en el proceso de compra de una forma distinta

• Programación Neurolingüística

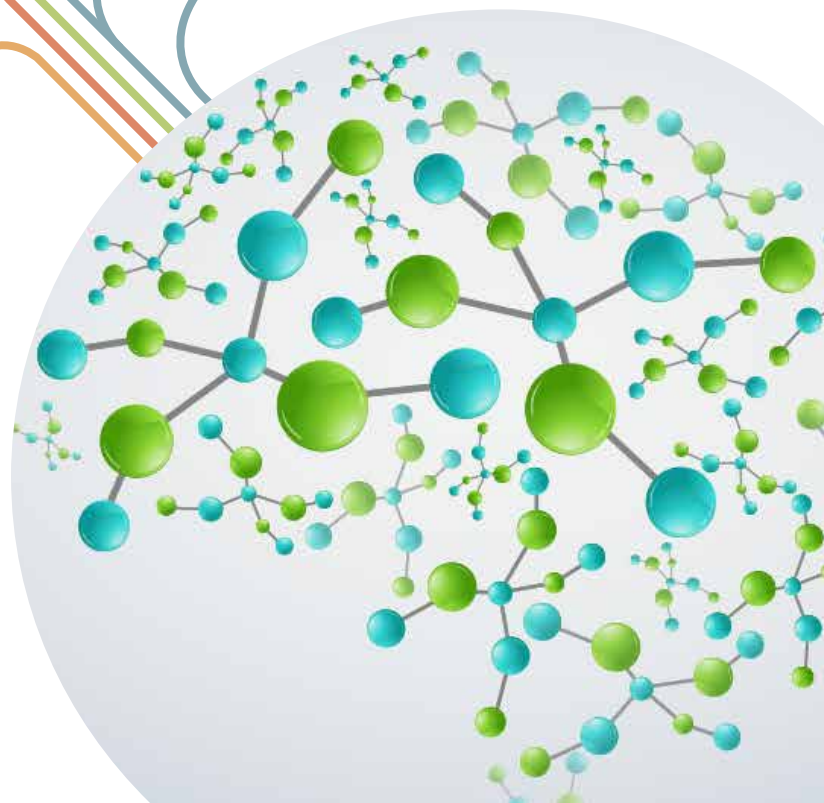
- Las habilidades básicas de la PNL
- Definición de los pasos a tomar en cuenta
- Desarrollar habilidades para hacer una eficiente programación neurolingüística
- Desarrollar la motivación neurolingüística en las personas

• Estrategias de Neuromarketing

- Definición de estrategias
- El líder de mercado y su análisis del entorno
- La orientación al cliente como valor
- Desarrollo de actividades y acciones adecuadas en nuestro entorno

• Marketing Experiencial

- Enfoque en la mejor experiencia de los clientes
- Evaluación del marketing de experiencias
- Apoyo del marketing Sensorial
- Lograr sinergia del neuromarketing y el marketing experiencial



CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Duración: Dos meses. 100 horas (80 horas académicas presenciales y 20 horas prácticas). Una semana de descanso entre módulos.

Titulación: Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de "Experto en Neuromarketing y Programación Neurolingüística".

Plan de Pago: Cuota de inscripción correspondiente al 50% de la inversión y cuota final del 50% restante hasta el inicio del último módulo.

Descuentos:

Un solo participante pago al contado: 10%
Grupos de tres participantes pago al contado: 12%
Grupos de tres o más pago en cuotas: 5%
Ex alumnos UPB pago al contado: 12%
Ex alumnos UPB pago en cuotas: 5%

NOTA 1: Los descuentos no son acumulativos.

NOTA 2: Si Ud. quiere acceder algún descuento deberá formalizar su inscripción diez días antes del inicio del programa.

Solicite al contacto regional información actualizada, referida a precio, descuentos, formas de pago, planes de pago, requisitos, proceso de inscripción, resumen de la experiencia del plantel docente, horarios y cronograma de ejecución tentativo.



Patrocinada por:



Reservas: www.upb.edu/registro

LA PAZ

Luz Vivian Machicado
☎ 712 27001
217 0000 Int. 329
ceup@lp.upb.edu
Av. Hernando Siles
esq. Calle 5, Obrajes

COCHABAMBA

Alvaro Peña
☎ 727 10001
445 0952
apena@upb.edu
Av. Uyuni
Esq. América (este)

SANTA CRUZ

Alexzey Taboada
☎ 778 79700
341 5151 Int. 706
ceusantacruz@upb.edu
Av. Los Cusis 2090
entre Alemana y Beni

SUCRE

Dynka Rojas Serrano
☎ 734 45282
644 5752
ceusucre@upb.edu
Calle Destacamento
317 N° 139

ORURO

Silvia Chanez de Zuna
☎ 786 09596
528 3575
ceururo@upb.edu
San Felipe
y Potosí N° 6600

TARIJA

☎ 718 62020
665 8141
ceutarija@upb.edu
Ramón Rojas# 199
Edif. PROVENTUS