

EL NEUROMARKETING: LA CIENCIA AL SERVICIO DEL MARKETING

Instructores:

Benito Cleres

Ingeniero Universidad Tecnológica Nacional. Integrante del Equipo de Consultoría y Capacitación a Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas (U.B.A.). Director de I.S.E.C. (Instituto Sudamericano para la Comunicación). Docente de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA.). Profesor Adjunto de la Cátedra de Comercialización, Facultad de Ciencias Económicas (UBA).

Diego Ontiveros

Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social (UBA). Profesor de Gestión de Marcas & Branding en Saimo/ sociedad argentina de investigadores de marketing y opinión. Profesor adjunto de La comunicación de las marcas (UBA). Profesor de Retail Marketing. Diseño de Espacios Comerciales (UP). Contendista-actualización del libro "Marketing de Servicios" publicado en la Universidad de Belgrano.

Objetivo:

Este curso pretende que los participantes conozcan los principales procesos mentales involucrados en la toma de decisiones personales y de compra, incorporando conocimientos y herramientas para influir positivamente en ellos.

Destinatarios:

Es de interés general. No son necesarios conocimientos previos de formación para la cursada.

Temario de la actividad:

1. El cerebro como unidad de emociones, pensamiento y decisiones. Cerebro racional vs Cerebro emocional.
2. Neuroanatomía de las decisiones financieras, recompensa y pérdida cerebral.
3. Tendencias de consumo e inteligencia comercial bajo la luz de las neurociencias
4. Cómo recolectamos información del medio y la codificamos en el cerebro
5. Cómo recolectamos información del medio y la codificamos en el cerebro

Lugar:

- Uruguay 469 12 A, CABA

Cantidad de reuniones:

- Se realizará en 3 jornadas de 3 horas.

Material a entregar:

- Certificado de asistencia, carpeta del curso, material del curso, bolígrafo.

Formas de pago:

- Efectivo
- Deposito o transferencia en cuenta GEO
- Tarjeta presencial
- Tarjeta venta telefónica
- Mercado Pago