

Posgrado / Diplomado de especialización en:

NEUROMARKETING

**Estrategias orientadas al cerebro del cliente en economías impredecibles
y entornos digitales.**

Sistema Online-Blended con clases en vivo.

**Único en su género con entrenamiento cerebral en paralelo
*Método Braidot Brain Gym**

DESTINATARIOS

Directivos, gerentes, profesionales y estudiantes de últimos años interesados en la aplicación de los conocimientos de las neurociencias a la conducción estratégica de marketing en entornos físicos y digitales.

ENFOQUE

El conocimiento sobre el funcionamiento del cerebro –que crece a pasos agigantados– ha cambiado significativamente el paradigma del marketing tradicional. Al focalizar en los procesos neurológicos que explican la percepción, las emociones, la conducta de compra y la toma de decisiones de los clientes ante los estímulos de marketing, tanto en mercados físicos como digitales, las nuevas herramientas se erigen como un abanico de alternativas que maximizan las oportunidades de negocios.

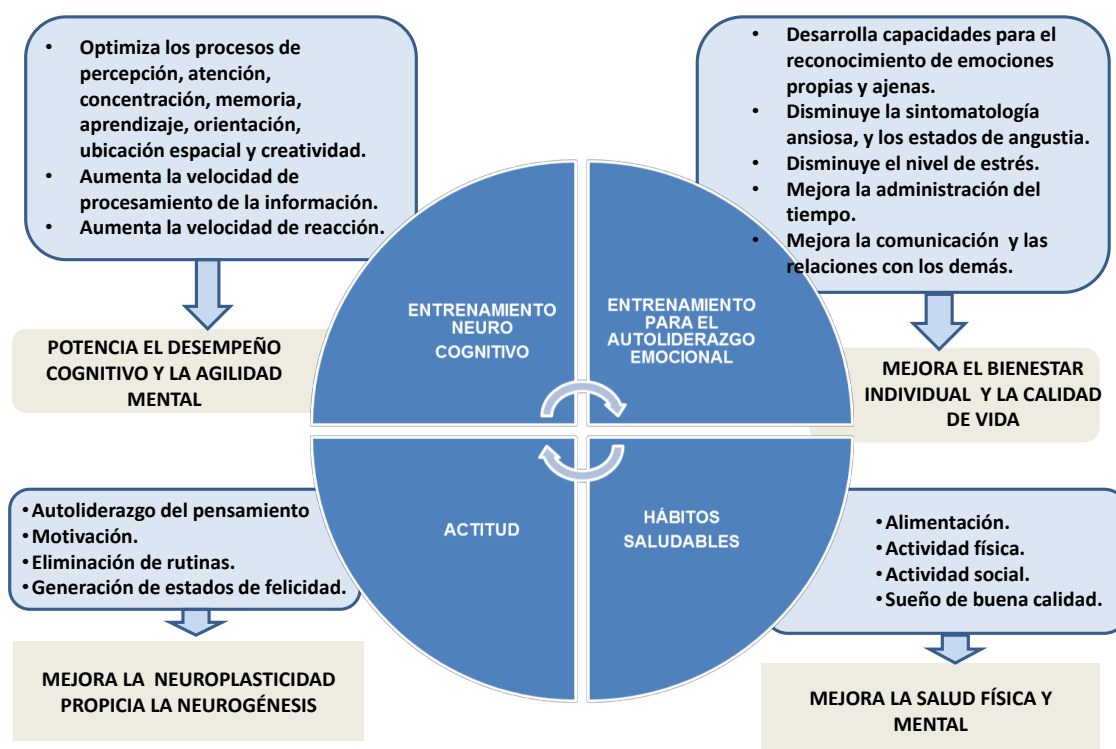
BENEFICIOS PARA LOS PARTICIPANTES

- Se estudian las variables que componen el mix de neuromarketing en mercados físicos y digitales con aplicación de los conocimientos que proporciona la neurociencia.
- Incorporan conocimientos sobre el cerebro, su funcionamiento y sus aplicaciones prácticas a la actividad de marketing y a la potenciación de sus habilidades cognitivas y emocionales.
- Aprenden a diseñar estrategias de abordaje de mercados físicos y digitales en función de lo que han incorporado y, fundamentalmente, del estudio de casos.

BENEFICIOS ESPECIALES

En forma paralela al desarrollo del programa, los participantes entrenan su cerebro con el Método Braidot Brain Gym, obteniendo un mejor desempeño, tanto a nivel cognitivo como emocional en el corto plazo.

MÉTODO BRAIDOT BRAIN GYM



METODOLOGÍA

- Este programa se desarrolla en forma codirigida por la FG Universidad de Salamanca y el Instituto Braidot de Formación, organización pionera en la aplicación de las neurociencias al desarrollo de organizaciones y del talento a nivel individual.
- Las clases se imparten mediante el sistema Online-Blended, en vivo. Están a cargo del Doctor Néstor Braidot, profesores-especialistas del Instituto Braidot de Formación y de la Universidad de Salamanca. Todas se graban y colocan en un campus, de manera que los participantes las hallen disponibles cuando las necesiten.
- Material de estudio: al comenzar, reciben un **Ebook con ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral**, que irán realizando a medida que avancen, incluyendo los cambios de hábitos necesarios para tener un cerebro en forma, y una clave de acceso a papers y material audiovisual.

Familia digital

Dado que estos programas incluyen la participación de **personas ubicadas en diferentes países del mundo**, se ha creado un espacio de comunicación, interacción e intercambio de experiencias y aprendizaje colaborativo.

- **Objetivos:** que los participantes compartan inquietudes, conocimientos, discutan el material de clase, establezcan relaciones y cooperen entre ellos.
- **Modalidad:** la Familia Digital se organiza al comenzar el programa y se implementa vía Telegram.

DIPLOMA

Posgrado / Diplomado de especialización en NEUROMARKETING.

Estrategias orientadas al cerebro del cliente en economías impredecibles y entornos digitales.

Doble certificación internacional emitida por la Fundación General de la Universidad de Salamanca y el Instituto Braidot de Formación.

DURACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Este Posgrado-Diplomado ha sido diseñado para una duración de 12 meses en los que los participantes recibirán invitaciones adicionales para acceder al campus virtual del Instituto Braidot de Formación, donde hallarán material exclusivo y avanzado para lecturas adicionales. Asimismo, recibirán invitaciones para participar en Máster Classes en vivo, seminarios y talleres.

En una segunda etapa, participarán durante 4 meses en clases 100% en vivo, 2 veces por semana, y posterior tutoría para la realización de un trabajo: paper, video o presentación aplicable al caso o área de experiencia (este trabajo se podrá realizar en un período de hasta 4 meses adicionales).

Material de soporte de clases

- Material de lectura proporcionado por el Instituto Braidot de Formación.
- Material audiovisual (videos sobre los temas abordados).

Bibliografía adicional complementaria:

- Braidot, Néstor: **Neuromarketing**, Gestión 2000 o Neuromarketing en acción (Editorial Granica)
- Braidot N., Únicas, el cerebro de la mujer a la luz de las neurociencias, Editorial Granica, Ed. 2020.
- Braidot, Néstor: **Cómo funciona tu cerebro**, Ed. Planeta, Barcelona
- Braidot Néstor, **Manual de entrenamiento cerebral**, IBF Ediciones, Buenos Aires.
- Braidot Néstor, Neuroventas, Editorial Granica.

CONTENIDOS

PRIMERA PARTE

Etapa de familiarización

CAMPUS VIRTUAL

Acceso al campus para comenzar a disfrutar de la experiencia de este diplomado apenas confirmada la inscripción mediante la lectura de papers, documentos y videos que proporcionan un panorama inicial sobre las neurociencias y los beneficios de sus aplicaciones en la actividad de marketing.

Esta etapa incluye dos clases del Dr. Braidot y el apoyo del equipo de tutores para cualquier duda o consulta que tengan los participantes.

Principales temas que se abordan en los papers y videos pre iniciales:

Mitos y creencias sobre el cerebro, hemisferios cerebrales (características y funcionamiento), neuroplasticidad y neurogénesis, emoción, razón y género en el cerebro, sistemas atencionales, memoria, creatividad, motivación y automotivación, inteligencia, felicidad, el poder del pensamiento, cómo aprende el cerebro y características del Método de entrenamiento cerebral Braidot Brain Gym, entre otros.

SEGUNDA PARTE

Neurociencias aplicadas: Qué es y cómo funciona el cerebro

CLASES EN VIVO

Se analizan las principales características del cerebro y su funcionamiento aplicables a la especialidad. Estos conocimientos serán la base de los temas que se desarrollan en la tercera parte, orientada totalmente a la actividad de marketing con foco en entornos recesivos.

MÓDULO 2.1 | NEUROCIENCIAS APLICADAS

- Neurociencias. Campos de estudio, metodología y aplicaciones prácticas.
- El cerebro. Principales estructuras y características básicas sobre su funcionamiento.
- Neuroplasticidad y neurogénesis.
- Comunicación e interrelaciones entre neuronas. Implicancias en la toma de decisiones y en la inteligencia.
- Neurobiología de género. Cerebro femenino y cerebro masculino similitudes y diferencias.
- Entrenamiento neurocognitivo y emocional: contenidos, aplicaciones y beneficios.

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral. Método Braidot Brain Gym.

MÓDULO 2.2 | PERCEPCIÓN, CEREBRO RACIONAL, CEREBRO EMOCIONAL

- Mecanismos cerebrales de la percepción. Implicancias en la construcción cerebral de la realidad.
- Sistemas de atención, concentración y memoria. Características y tipos de entrenamiento.
- El cerebro emocional: características, implicancias en el procesamiento de la información, la generación de memorias y la toma de decisiones.
- El estrés: influencia en el desempeño y la salud del cerebro. Identificación de estresores. Ejercicios.
- Técnicas efectivas para potenciar los sistemas de percepción, atención, concentración y memoria.

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral Método Braidot Brain Gym

TERCERA PARTE NEUROMARKETING

Estrategias orientadas al cerebro del cliente en economías impredecibles y entornos digitales

CLASES EN VIVO

Con gran riqueza de ejemplos y casos, se abordan contenidos específicos de la especialidad, así como el tipo de entrenamiento necesario para comprender cómo reacciona el cerebro del cliente ante los diferentes estímulos de marketing.

MÓDULO 3.1 | DEL MARKETING AL NEUROMARKETING

- Neuromarketing en mercados físicos: concepto, contenidos y aplicaciones.
- Nuevos paradigmas: la felicidad y la confianza del consumidor como objetivo de corto y largo plazo.
- Qué aportan las neurociencias para conformar Neuromarketing
-

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral Método Braidot Brain Gym.

MÓDULO 3.2: ENDOCALIDAD EN NEUROMARKETING

Endocalidad como factor fundamental que pone en primer lugar al ser humano.

Calidad en Valores en el proceso de Neuromarketing

Implicancias de la endocalidad en el profesional de Marketing

Calidad de dentro hacia fuera. Endocalidad como plataforma para la superación y la felicidad.

MÓDULO 3.3: AUTOLIDERAZGO EMOCIONAL Y SUPERACIÓN DEL ESTRÉS EN NEUROMARKETING

Las emociones como estados funcionales del cerebro. Ejercicios de reconocimiento emocional.

Neuroquímica cerebral: implicancias de los neurotransmisores en el bienestar emocional.

Ejercicios para la detección de factores condicionantes y estresantes

Estrés y condicionamientos emocionales. Entrenamiento para superarlos.
Autoliderazgo emocional en equipos y grupos de marketing

MÓDULO 3.4: ENTRENAMIENTO CEREBRAL EN EL PROCESO DE NEUROLIDERAZGO

Entrenamiento de mente y cerebro en lidera y liderados
Entrenamiento Neurocognitivo. Elaboración de un plan de entrenamiento cerebral para equipos de trabajo.
Desarrollo de percepción, atención y concentración

MÓDULO 3.5 | DE PRODUCTOS Y MARCAS A NEUROPRODUCTOS Y NEUROBRANDING

- De producto a neuroproducto. El cerebro emocional en el foco de la estrategia.
- Neurobranding: qué cambia y cómo cambia en la gestión estratégica y operativa de marcas.
- Neuroposicionamiento: qué es y cómo son las nuevas técnicas. Aplicaciones en productos, servicios y marcas.
- Producto real y producto percibido. Atributos funcionales y atributos perceptuales.

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral Método Braidot Brain Gym.

MÓDULO 3.6 | DE CANALES A NEUROCANALES DE MARKETING

- De canales de marketing a neurocanales de comunicación con el cliente.
- Orientaciones según el género: cómo compra una mujer, cómo compra un hombre. Aplicaciones en la estrategia de diseño, ambientación e implantación de un punto de ventas.
- Marketing de canales. Estrategias pull y push: innovaciones a la luz de las neurociencias. El canal como producto y como generador de valor. Técnicas de avanzada.

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral Método Braidot Brain Gym.

MÓDULO 3.7 | DE PRECIOS A NEUROPRECIOS

- De la teoría a la práctica: cómo se estudian a nivel neurológico los mecanismos que determinan la percepción del precio.
- Neurobiología aplicada a las estrategias de precios: el cómo y el porqué de la necesidad de diferenciación según el género del comprador.
- El cerebro emocional. Técnicas para re la sensibilidad al precio.

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral Método Braidot Brain Gym

MÓDULO 3.8| DE LA COMUNICACIÓN A NEUROCOMUNICACIÓN EN NEUROMARKETING

- Neurocomunicación en la estrategia integrada de neuromarketing.
- Comunicación dirigida a la mujer y comunicación dirigida al hombre. Detección de diferencias y marco de utilización.

- Comunicación emocional y comunicación racional. Cómo, cuándo y en qué proporciones aplicarlas.
- Neuronas espejo y comunicación. La interdependencia humana. Aplicaciones prácticas.

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral Método Braidot Brain Gym

MÓDULO 3.9 | DE INVESTIGACIONES A NEUROINVESTIGACIONES

- De las encuestas a la fMRI y otras técnicas neurocientíficas.
- Aplicaciones en diferentes mercados. Casos.
- Técnicas de investigación aplicada. Metodologías tradicionales y modernas: valor y utilidad en la información.
- Neuroinvestigaciones vs. toma de decisiones de marketing: nuevas herramientas para generar valor y minimizar la tasa de fracaso de productos y servicios.

MÓDULO 3.10 | NEUROCREATIVIDAD Y NEUROINNOVACIÓN

- De la creatividad a la neurocreatividad: cómo trabajan las áreas comerciales de avanzada.
- Entramados neuronales generadores de creatividad. Aplicaciones.
- El proceso creativo en el área comercial.
- La importancia de las pausas para el trabajo cerebral metaconsciente.
- Cómo desarrollar y generar sinergia entre inteligencia, intuición y creatividad.

Ejercicios y prácticas de entrenamiento cerebral Método Braidot Brain Gym

MÓDULO 3.11 | NEUROMARKETING EN MERCADOS DIGITALES. Parte I

- Neuromarketing Digital. Sus limitaciones en entornos digitales.
- Investigación, emociones y toma de decisiones en entornos digitales.
- Neuromarketing de contenidos en entornos digitales.
- Contenidos relevantes y atención.

Prácticas

MÓDULO 3.12 | NEUROMARKETING EN MERCADOS DIGITALES. Parte II

- Storytelling.
- Aida.
- Otros conceptos para la elaboración de mensajes eficaces.

Prácticas

MÓDULO 3.13 I “Quantum Marketing”. Energía Cuántica y poder del pensamiento en Neuromarketing

- El cerebro como campo cuántico y su influencia en decisiones y comportamientos.
- Coherencia energética, emoción y generación de vibraciones electromagnéticas.
- El poder del pensamiento en las estrategias de Marketing.
- Estrategia integrada de Quantum Marketing.

CUARTA PARTE

Trabajo final. Cierre

Los participantes elaboran un trabajo que constituye un requisito académico para aprobar.

Tema: la elección es libre y queda a criterio y preferencias de los participantes. No obstante, se sugiere que elijan aquellos que puedan implementar en su trabajo y/o profesión.

Tutorías: los participantes reciben la ayuda de un tutor, a quien podrán recurrir para que los guíe cuando lo necesiten.

Formato: cada participante puede elegir el medio que prefiera: paper, video o presentación en ppt. No hay requisitos de extensión, sólo la suficiente como para verificar que ha comprendido los temas y que puede llevar lo aprendido a la práctica.