

## NEUROMARKETING: LA REVOLUCIÓN DEL MERCADEO

### Objetivos

- Plantear las principales estrategias de marketing con relación al crecimiento, desarrollo y competitividad de las empresas de sus productos y la mezcla de marketing y comercial utilizada, identificando cómo la neurociencia los potencia.
- Identificar las metodologías y técnicas más utilizadas por el neuromarketing para el proceso de diseño de estrategias de marketing y comercialización de productos y servicios.
- Conocer casos de éxito y fracaso de estrategias de marketing y comunicación que han implementado conceptos y herramientas de neurociencia aplicada a los negocios.
- Comprender la importancia del desarrollo del cerebro y la neurociencia en la gestión del cliente, orientándose a alcanzar excelentes relaciones de largo plazo.

### Temario

#### Módulo I: Contextualización del neuromarketing en el marketing estratégico

- Procesos y variables clave en la evolución de las empresas y sus marcas, de acuerdo con el escenario y dinámica de mercado predominante.
- Retos que propone al consumidor, a su mente y a su desarrollo cognitivo, la dinámica de su entorno de consumo.
- Entorno competitivo y exigencias del mismo para la conquista de la mente del consumidor.

#### Módulo II: Técnicas de neurociencia aplicadas al neuromarketing

- Técnicas de neuroimagen: EEG, fMRI, MEG y PET.
- Principios de neurociencias: sistema nervioso central, zonas del cerebro de interés para el neuromarketing, neuronas espejo. Plasticidad cerebral, lateralización.
- Técnicas de medición de la respuesta electrofisiológica de la piel.
- Práctica de polígrafo en la detección de respuestas emocionales.
- Técnicas electrofisiológicas para la evaluación de mensajes publicitarios.
- Áreas de investigación en neuroeconomía, ejemplos de aplicación del neuromarketing, estudio de casos, publicidad y adicción, proceso de decisiones de compra mediante técnicas de neuromarketing, estrategias publicitarias para llegar a las regiones clave del cerebro asociadas con el proceso de toma de decisiones racionales y emocionales.

#### Módulo III: De la neuroeconomía al neuromarketing

- De la neuroeconomía al neuromarketing: el cómo y el porqué de una nueva ciencia.
- Redes sociales y redes neurales: semejanzas y diferencias.
- Bases neurales de las preferencias digitales.
- Mercadeo sensorial, imitación y otras estrategias de neuromarketing.
- Estrategias subcorticales de venta: ejercicios prácticos.
- El proceso inconsciente de decisiones de compra. Experimento sensorial.



- Bases neurales de las preferencias políticas y la inversión financiera.
- Foro de discusión: cómo utilizar el neuromarketing en la práctica profesional dentro del ámbito de trabajo.
- Presentación del proyecto final de los cursantes del seminario.

Resumen del contenido:

El programa se desarrolla bajo la metodología del aprendizaje experiencial, donde los participantes conocen, analizan, proponen y practican los conocimientos para luego poderlos aplicar en la empresa.

En el primer módulo, se desarrolla la conceptualización y contextualización del desarrollo y evolución del marketing, desde el marketing pasivo al marketing global y su relación con el cerebro reptil, emocional y racional. Se trabaja en la correlación entre los escenarios del marketing y los escenarios de funcionamiento del cerebro cognitivo y su aplicación en el entendimiento de la dinámica de los mercados de las entidades financieras hoy.

En el segundo módulo, se pretende propiciar el análisis y discusión acerca de las técnicas de evaluación de la actividad cerebral más utilizadas hoy en el neuromarketing como EEG, FRMI, MEG y PET, y a través de la observación de documentales neurocientíficos de video, mesas de trabajo y plenarias de discusión, y posteriormente, comprender su posible aplicación a la realidad del mercado de hoy y en el futuro.

En el tercer módulo, se aplican conceptos a un caso real en relación con sus actores internos como externos (clientes) y se elaboran modelos o metodologías experimentales de investigación aplicada de neuromarketing, para resolver un problema de desarrollo de un producto o servicio.

## Metodología

El programa se desarrolla bajo la modalidad presencial que apoya no sólo el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje, sino que favorece poner en práctica habilidades para el trabajo en equipo como son la cooperación, el diálogo, la reflexión y la elaboración conjunta de propuestas que llevan a un objetivo común.

## Dirigido

Directores o gerentes de mercadeo, directores comerciales y de ventas, gerentes de marca, directores de comunicaciones, y en general, profesionales de diferentes áreas con interés en nuevas técnicas de marketing que estén en posición de tomar decisiones de mercadeo, retail, ventas, publicidad, investigación, segmentación, entre otras.

## Conferencista

Mario Huertas



Psicólogo y Magíster en Investigación y Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana. Posgrado de Marketing, Universidad del Rosario. Especialista en Pensamiento Estratégico y Prospectiva, Universidad Externado de Colombia. Especialista en Mercadeo y Ventas, Universidad La Salle de Buenos Aires. Especialista en Marketing Estratégico, Université Catholique de Louvain.

Actualmente, es Head of Management de MSH Consulting, empresa de consultoría en marketing y prospectiva, donde ha desarrollado importantes metodologías de planes prospectivos de marketing y modelos de análisis sobre el comportamiento del consumidor basados en la psicología económica y neurociencia. También dicta conferencias a nivel nacional e internacional.

## Información general

Lugar: CESA

Fecha: Próximamente

Intensidad: 14 horas

Horario: Entre semana

Inversión: Por confirmar

-----

## POLÍTICAS PARA RETIRO, RESERVA DE CUPO Y APLAZAMIENTO DE MÓDULOS

### RETIRO ANTES DEL INICIO DEL PROGRAMA

Los participantes inscritos, que hayan efectuado el pago del programa, podrán retirarse antes del inicio del mismo, para lo cual deben enviar una solicitud por escrito al correo [info.formacionejecutiva@cesa.edu.co](mailto:info.formacionejecutiva@cesa.edu.co), adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del retiro e informando el número de cuenta para que se realice el reembolso parcial del dinero cancelado. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el reembolso parcial del dinero.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se devolverá el 80% del valor facturado por el programa.
- La devolución del dinero se realizará durante los próximos 30 días hábiles posteriores a la solicitud.

Si el participante no notifica por escrito su decisión de retiro dentro de los plazos establecidos, perderá el cupo y no habrá reembolso alguno de dinero.

### RETIRO UNA VEZ INICIADO EL PROGRAMA (Aplica sólo para programas con intensidad horaria superior a 32 horas)

Para los programas que tengan una duración mayor a 32 horas, el retiro podrá efectuarse siempre y cuando no haya transcurrido más del 15% de las horas del programa. Esta solicitud debe realizarse por escrito al correo [info.formacionejecutiva@cesa.edu.co](mailto:info.formacionejecutiva@cesa.edu.co), adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del retiro e informando el número de cuenta para que se efectúe el reembolso parcial del dinero cancelado. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el reembolso parcial del dinero.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se devolverá el 50% del valor facturado por el programa.
- La devolución del dinero se realizará durante los próximos 30 días hábiles posteriores a la solicitud.



Si el participante no notifica por escrito su decisión de retiro dentro de los plazos establecidos, perderá el cupo y no habrá reembolso alguno de dinero.

## RESERVA DE CUPO

Los participantes inscritos, que hayan efectuado el pago del programa, y no puedan iniciar el mismo en las fechas establecidas, podrán reservar el cupo, optando por alguna de las siguientes alternativas:

- Participar cuando se vuelva a ofertar el programa, siempre y cuando éste sea programado en el mismo año en el que se efectuó el pago; no se podrán hacer traslados de un año al otro.
- En caso de que el mismo programa no se vaya a realizar nuevamente en el mismo año, el participante podrá abonar el monto pagado para inscribirse en otro programa de Formación Ejecutiva, pagando el excedente, si se trata de un programa de mayor valor. Para el caso en que el valor del nuevo programa sea menor al inicialmente cancelado por el participante, no se efectuarán devoluciones parciales de dinero.

La reserva de cupo no garantiza que un programa mantenga las mismas condiciones cuando el participante ingrese nuevamente. En este sentido, el participante acepta, de ser el caso, las nuevas condiciones académicas y económicas del mismo.

La solicitud para reserva de cupo debe realizarse por escrito al correo electrónico [info.formacionejecutiva@cesa.edu.co](mailto:info.formacionejecutiva@cesa.edu.co), adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo por el cual no podrá asistir y debe reservar el cupo. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el procedimiento.

Si el participante no notifica por escrito su decisión de reservar el cupo dentro de los plazos establecidos, perderá el cupo y no habrá reembolso alguno de dinero.

## APLAZAMIENTO DE MÓDULOS (Sólo aplica para diplomados)

Transcurrido más del 15% de las horas totales del diplomado, el participante podrá optar por aplazar uno o más módulos y cursarlos posteriormente. Esta solicitud debe realizarse por escrito al correo [indira.reyes@cesa.edu.co](mailto:indira.reyes@cesa.edu.co), adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del aplazamiento, con el fin de ser evaluada por la Coordinación Académica de Formación Ejecutiva.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta los siguientes parámetros:

- La reserva de cupo no garantiza que un programa mantenga las mismas condiciones cuando el participante ingrese nuevamente. En este sentido, al solicitarse el reintegro, el participante acepta, de ser el caso, las nuevas condiciones académicas y económicas del mismo.
- El participante debe asistir a los módulos pendientes, inmediatamente se vuelva a ofertar el programa.
- Para el reingreso, el participante deberá enviar un correo a [indira.reyes@cesa.edu.co](mailto:indira.reyes@cesa.edu.co) confirmando su asistencia.
- No aplica para aplazamiento de sesiones individuales, sólo para módulos completos de diplomados.

Si el participante no notifica por escrito su decisión de reintegrarse, no habrá reembolso alguno de dinero.

## POLÍTICAS DE CAMBIOS EN CONFERENCISTAS Y FECHAS

El CESA se reserva el derecho a realizar cambios de conferencistas y fechas, lo cual incluye reprogramación del programa en su totalidad.

En caso de no llegar al número de personas requerido, el programa será cancelado.

## POLÍTICAS DE ASISTENCIA

El cumplimiento de la metodología propuesta para cada curso, seminario o diplomado, y la asistencia, constituyen los requisitos indispensables para otorgar el certificado de asistencia al participante.



La metodología del programa podrá incluir, por parte del participante, la posibilidad de presentar trabajos/proyectos/exámenes de características que se especifiquen, dentro del plazo que al efecto se establezca.

En ningún caso la asistencia al programa podrá ser sustituida por presentación de trabajos o por clases supletorias dictadas por el docente a algunos de los participantes que hayan presentado ausencias a las sesiones regulares incluidas en el cronograma del programa.

Se expedirá el certificado de asistencia cuando se verifique la presencia activa del participante en el 85% de las horas programadas para el respectivo curso, seminario o diplomado. Las excusas de cualquier tipo no eliminarán las fallas. Ningún coordinador académico, docente o empleado del CESA está facultado para autorizar a un participante ausencias o retiro de las sesiones.