



ANÁHUAC MAYAB

Educación Continua

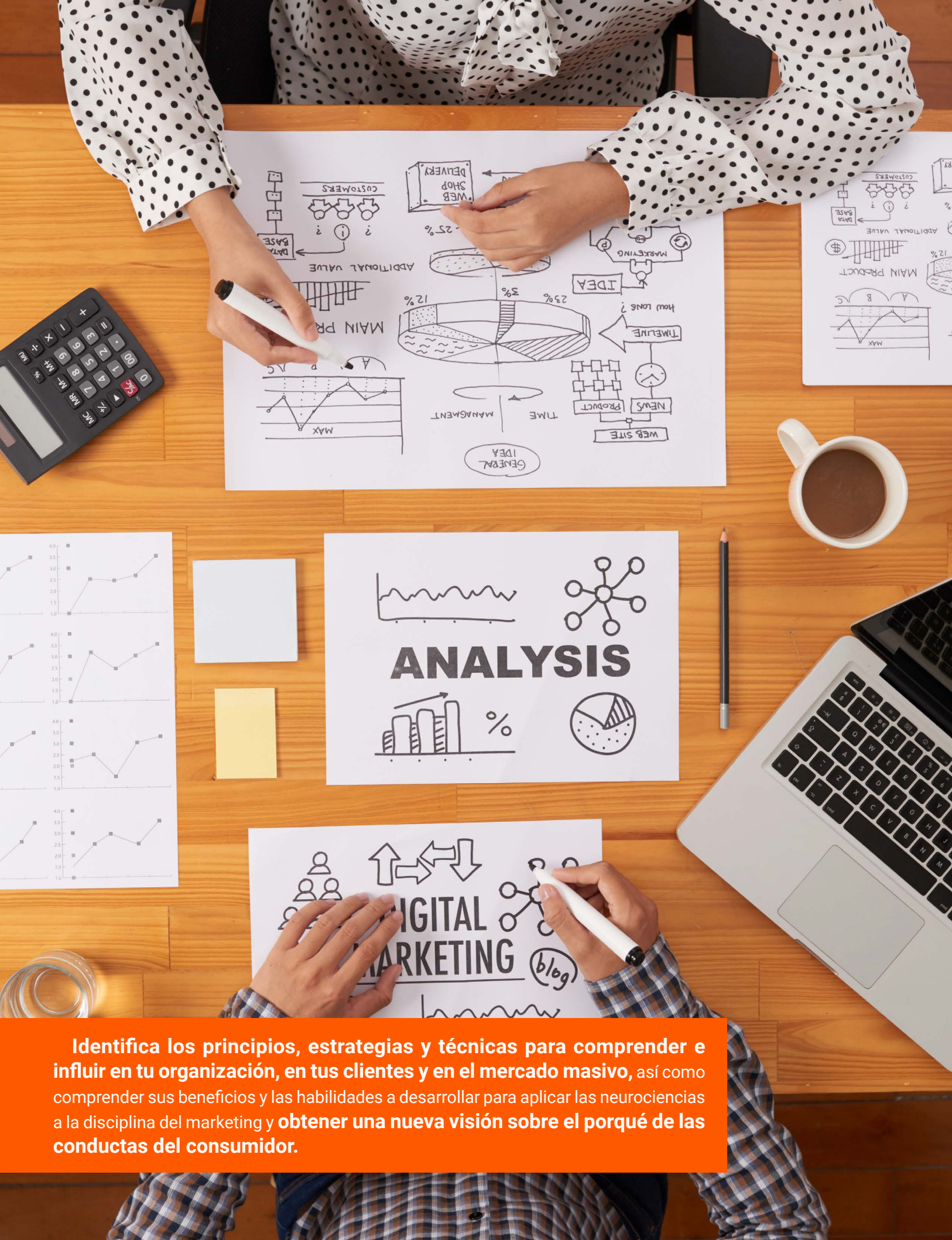


DIPLOMADO EN

Neuromarketing



100% a distancia



Identifica los principios, estrategias y técnicas para comprender e influir en tu organización, en tus clientes y en el mercado masivo, así como comprender sus beneficios y las habilidades a desarrollar para aplicar las neurociencias a la disciplina del marketing y **obtener una nueva visión sobre el porqué de las conductas del consumidor.**

¿Para quién es este diplomado?

Diseñado para apasionados de la mercadotecnia y la comunicación, Gerentes, Directores y Consultores de Mercadotecnia que quieran entender cómo piensa el consumidor para poder desarrollar mejores estrategias de mercadotecnia.



DURACIÓN
100 horas



MODALIDAD
A distancia



HORARIO
**Viernes de 18:00 a 22:00 hrs
y sábados de 8:00 a 12:00 hrs**




INVERSIÓN
**Inscripción \$1,750
+ 5 colegiaturas de \$3,300**

¿Qué aprenderás?

Tendrás conocimientos completos sobre las neurociencias y su relación con las estrategias de mercadotecnia digital y las plataformas digitales. Así como su aplicación en el marketing perceptual, límbico, cognitivo, sensorial y experiencia.

En alianza con:

HG Consultores, S.C.
 hgconsultores.net



Claustro Académico

El diplomado en **Neuromarketing Aplicado** cuenta con docentes especializados y con reconocimientos a nivel nacional e internacional.



Patricia Gómez Fuentes.

Socia fundadora de HG Consultores, Grupo Healix, S.C. firma dedicada a la Consultoría, Coaching Ejecutivo y Desarrollo Organizacional y la Capacitación en Habilidades Directivas y Gerenciales desde hace más de 20 años.

Coordinadora e instructora en disintnos diplomados del ITESM México (Campus Ciudad de México, Santa Fé, Cuernavaca, Puebla, Pachuca) y Latinoamérica.

Trayectoria académica:

Licenciatura en Psicología UNAM y Maestría en Educación. Especialidad en Desarrollo Organizacional Leeds, Inglaterra. Estudios de Doctorado en Neuromanagement, Certificación como Coach Ejecutivo, Grupo ESCO México, (ICC London) Certificación en Team Coaching por la escuela Europea de Coaching (ICF, España) Certificación por Sestra Wilson Learning Co. en el programa del Vendedor Versátil. Certificación Practitioner en Programación Neurolingüística. Certificación: Inner Coach.- Gallway Curso: Habilidades Conversacionales por Salom Change Dynamics. Diplomados: Alta Dirección, Comunicación, Liderazgo, Universidad Iberoamericana, Configuraciones Organizacionales, (Instituto Sowelu) Gestión del Cambio, (UAM) Formación de Instructores, (CONOCER). Experiencia directiva y gerencial en: Banco Nacional de México y Centro Nacional de Productividad. Aeropuertos y Servicios Auxiliares.



Eduardo Durán.

Director de Mercadotecnia e Innovación, FRSKO Marketing. Encargado del rebranding, arquitectura de marca y responsable de general del área de mercadotecnia e innovación, a través de la implementación de nuevas metodologías de vanguardia como Growth Hacking y Neuromarketing.

Ejecutivo de Marketing y Creatividad Estratégica Digital, Televisa Digital. Ejecutivo de Marketing Digital Telenovelas, Televisa Interactive Media.

Licenciado en Mercadotecnia y Comunicación por el Tecnológico de Monterrey, Especialidad en Marketing Interactivo del Tecnológico de Monterrey, Estudios de Master en Neuromarketing por la Escuela Superior de Comunicación y Marketing de Granada España.



Carlos Valero López de Rivera.

Arquitecto y Lic. en Sistemas por la Universidad del Valle de México, con Maestría en Neuromarketing por la Universidad de La Rioja, Técnico en Urgencias Médicas y bombero retirado. Se considera un Knowmad (nómada del conocimiento) y en 28 Años de experiencia profesional ha desarrollado plataformas, análisis, estrategia y operación digital, asesoría y comercialización de medios digitales. Responsable por el proyecto COE (consistent office environment) para General Motors México, Gerente de operaciones en MVS Internet, Gerente de socios comerciales en AOL México, Director asociado en Global Mind, Subdirector comercial en Televisa Interactive Media, Director de desarrollo digital en Havas Media, Director digital en Starcom Media Vest para City Group. Socio de Jazz Group (agencia de estrategia en medios y T-point (plataforma de compra programática). En todos estos años ha dado servicio a clientes como JTI (Camel), Lala, Peugeot, PUIG, LVMH, Hasbro, Mattel, Honda, Telcel, entre otros.

Desde el 2018 participa como instructor de diplomados en la Universidad Anáhuac Norte, es coordinador de dos diplomados y asesor de trabajos aplicativos para exámenes de grado.

Cuenta con diversas certificaciones como: Auditor de ISO 9000, Negociación, plataformas digitales, cultura Disney y diplomados en user experience, Neurociencias y Marketing.

Fotógrafo aficionado, Numismática, Filatelia, Restaurador



Héctor Miguel Gómez

Consultor y socio de HG Consultores S.C. desde hace más de 15 años. Especialista en elaboración de videos instruccionales para la capacitación on line.

Trayectoria Académica:

Lic. en Psicología.- UNAM. Estudios de Maestría en Pedagogía, UOMI. Coach certificado por la ICC International Coaching Confederation, Grupo ESCO, México Diplomado en Desarrollo Humano.- Universidad Iberoamericana. Diplomado en Habilidades Gerenciales y Habilidades Instruccionales .- Curso de Inteligencia Emocional: Destreza e Ingenio, S.C. Universidad Iberoamericana Certificación en Coaching Ejecutivo Estratégico por el ITESM y Reencuadre, SC, Lim Global Certificación en Configuraciones Organizacionales y Círculos Reflexivos, Maturana, por el Instituto Sowelu. Certificación en Consulting Clients por Sestra Wilson Learning ., Corp.Certificación en Programación Neurolingüística por la escuela Argentina de PNL.

Experiencia:

Ha participado como facilitador en diversos diplomados en el ITESM Ciudad de México, Morelos, Veracruz, Puebla, Xalapa, Córdoba, Campeche, Santa Fé. En las sedes del ITESM Latinoamérica.



María Isabel Ramos Abascal

Doctora en turismo por la Universidad Antonio de Nebrija en Madrid, con la tesis “Los ritos de hospitalidad en la experiencia gastronómica del turista. El caso nahua bajo el paradigma de la memética”; Diploma de Estudios Avanzados en Turismo por esa misma universidad con el trabajo: “Construcción teórica de la gastronomía como producto turístico cultural en México”.

Maestra con Mención Honorífica en Alta Gestión de Empresas Turísticas por la Universidad Anáhuac, en donde también cursó el Master en Investigación; Licenciada en Relaciones Públicas y Diplomada en Cocinas y Cultura Alimentaria en México; usos sociales, significados y contextos rituales, por la Escuela Nacional de Antropología e Historia.

Miembro del Seminario Cocinas en México, procesos bio-sociales, históricos y reproducción cultural. Conferencista en foros internacionales y catedrática en la Universidad Anáhuac impartiendo la asignatura en Mercadotecnia para la Industria de la Hospitalidad.

Entre otros nombramientos, ocupó el puesto de Academic Manager de Le Cordon Bleu en Latinoamérica; actualmente se desempeña como Coordinadora de la Maestría en Dirección de Negocios Gastronómicos de Le Cordon Bleu en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac.



Sinthia Lizbeth Sánchez Serrano

Egresada de Licenciada en Biología, Facultad de Ciencias. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Cuenta con la Maestría y el doctorado en Neurofarmacología y Terapéutica Experimental del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (CINVESTAV).

Además, de un Diplomado en Docencia Universitaria, Universidad Anáhuac México. Actualmente se desempeña como profesora de Biología Molecular, Biología Celular y Metodología de la Investigación, en la carrera de Medicina Universidad Anáhuac México. También como profesora de Neuromarketing en la maestría de Mercadotecnia y Comunicación en la Universidad Anáhuac México y en la Universidad Anáhuac Cancún.

En el campo de la investigación es líder del proyecto “Producción de proteínas recombinantes en células de mamíferos” en el Instituto de Investiga-

ción Biomédica, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ahora se desempeña como líder de la Academia de Biología Molecular, en la Universidad Anáhuac México, de la cual es miembro desde hace 2 años. Es autora de 5 artículos indizados en revistas internacionales y de 2 artículos indizados en revistas Nacionales. Ha dirigido 2 tesis de maestría en Mercadotecnia y Comunicación en la Universidad Anáhuac México.

Es colaboradora activa de variados proyectos en los campos de las Neurociencias, la Epigenética y la Biología Molecular y ha sido profesora universitaria en diversas instituciones de educación superior con más de 8 años de experiencia. Es socia dedicada de programas universitarios y de eventos de divulgación que promueven el aprendizaje y el apoyo a la comunidad.

Fue Asesor científico de MCR Marketing and Clinical Research en temas de Regulación sanitaria y de cumplimiento de buenas prácticas de medicamentos, dispositivos médicos y otros insumos. Ha sido asesora en proyectos de Neuromarketing en una importante firma de Investigación de mercados. Ha sido ponente en diversas conferencias sobre neurociencias, adicción, epigenética y bases neurocientíficas del desarrollo.

Plan de Estudios

MÓDULO 1.

Introducción a las neurociencias

Duración: 16 horas

1. El desafío del nuevo milenio.
2. Marco referencial
3. Mitos y realidades de las neurociencias.
4. Los procesos cerebrales conscientes y automáticos.
5. Convergencia de la TI y las neurociencias. - avances.
6. Mapa conceptual del funcionamiento del cerebro: interconectividad
7. Los neurotransmisores.
8. Factores de diversa índole que inducen a comprar al
9. El neuromarketing informa que está sucediendo en el cerebro de un cliente ante los diferentes estímulos que recibe.

MÓDULO 2.

Neurociencias y marketing del consumidor

Duración: 20 horas

1. Conceptos, metodologías y aplicaciones.
2. La comprensión de las verdaderas necesidades de los clientes cerebrales.
3. Neuromarketing, nuevas tecnologías
4. Nuevas herramientas de medición
5. Práctica con instrumentos
6. El branding”: el valor de la “marca” en el comportamiento del cliente.
7. ¿Qué estímulos debe contener un comercial para lograr un mayor grado de impacto?
8. ¿Cuál es la mejor estrategia con respecto al precio?
9. ¿Cómo se puede seducir a los clientes para que permanezcan más tiempo con la marca y aumenten su volumen de compras?
10. ¿Qué tipo de entrenamiento debe tener una fuerza de ventas para que sea competitiva?
11. Aplicando el neuromarketing: Casos de éxito.

MÓDULO 3.

Neuromarketing aplicado a plataformas digitales

Duración: 16 horas

1. Tendencias del Marketing, del siglo XX al XXI (evolución de medios)
 - Revolución tecnológica y social y la democratización de la información.
2. La empresa digital y sus plataformas

- Conocimiento del mercado y del consumidor en la era digital
- 3. Análisis de la competencia directa e indirecta, métricas e interpretación de información.
- 4. Estrategias del marketing digital
 - Entrando a la conversación
- 5. Reputación online de empresas, productos y personas.
- 6. All media y su correlación con las plataformas digitales (POE)
- 7. Determinar si somos consumidores de productos o emociones
- 8. Marketing de contenidos, web y social, storytelling, keywords/copywriting, imágenes (foto y video)
- 9. Mapping de personas e influenciadores sociales.
- 10. Ética en el marketing digital social, fake followers, fake content, etc.
- 11. Herramientas y métricas: medición, web y social, buzzmonitoring y validación social.

MÓDULO 4.

Marketing perceptual, límbico y cognitivo

Duración: 16 horas

1. Las necesidades básicas del ser humano.
2. Las dimensiones múltiples de la inteligencia.
3. La toma de decisiones y la emocionalidad.
4. La atención, la memoria y las emociones.
5. El "priming": cómo influir en la respuesta del cliente.
6. Razones y emociones de la conducta de compra.
7. Los apegos emocionales.
8. La interrelación con el cliente.
9. Técnicas de comunicación y persuasión.
10. La motivación y el proceso creativo.
11. La PNL al servicio de las emociones y el neuromarketing

MÓDULO 5.

Marketing sensorial y experiencial

Duración: 20 horas

1. El principio de la "Seducción Sensorial" del cliente.
2. Sensaciones, percepciones, gustos y preferencias.
3. Percepción, imagen y posicionamiento.
4. Los canales de representación humanos: perfil auditivo, kinestésico, olfativo, gustativo, visual, etc.
5. El estudio del comportamiento social en la conducta de compra.
6. El arte de "diseñar" a mi cliente.

7. El consumidor, sus necesidades, segmentación y particularidades.
8. El género, edad y estrato social.
9. Disfrutar los aromas, sabores y reconocer las diferencias que existen entre un producto y otro.
10. La mezcla de sentidos. vista, el olfato, el gusto, el oído y la piel como canales de estimulación del consumidor.
11. Casos de éxito.

MÓDULO 6.

Neuromarketing aplicado y principios éticos

Duración: 12 horas

1. Prácticas de neuromarketing aplicado en la práctica empresarial.
2. Conductas de los neurocientíficos, riesgos y contradicciones axiológicas.
3. Las implicaciones éticas del neuromarketing.
4. Conflictos éticos en el neuromarketing.
5. Debate de las ventajas y desventajas del neuromarketing.
6. Marco ético del neuromarketing, la publicidad y las ventas.
7. Código de ética de la Asociación de Ciencia y Negocios de Neuromarketing (NMSBA)
8. Uso responsable del neuromarketing y las regulaciones legales.
9. Prácticas de campo y de laboratorio.



Acercor de la UNIVERSIDAD ANÁHUAC MAYAB

Con **más de 35 años de historia**, en la **Universidad Anáhuac Mayab** hemos realizado un trabajo constante para ofrecerte los **mejores programas educativos de la región**, creando contenido que se responda a las necesidades de nuestra sociedad.

Nuestros programas de **Educación Continua** no son la excepción, **Diplomados y Cursos en sus diversas modalidades diseñados para ser prácticos, ágiles y accesibles que complementarán tu perfil profesional** brindándote conocimientos de alto valor y relaciones humanas para tu crecimiento.



Conoce nuestras Certificaciones

Miembros de:



uni>ersia

Acreditados por



FIMPES

Proceso de Admisión Educación Continua



01

Dirígete a



merida.anahuac.mx/educacion-continua



02

Explora la página y **encuentra el programa de tu preferencia.**



03

Una vez dentro del programa dirígete al botón de **"Quiero inscribirme"**.



04

El botón te redireccionará a nuestra plataforma, **es importante seguir los pasos que ahí se indican y completar la información** de manera correcta y sin faltas de ortografía.

ANÁHUAC MAYAB

Educación Continua

Continúa tu
crecimiento profesional

Contacto



WhatsApp

(999) 220 3086



Teléfono

(999) 942 4800



Correo

posgrado.merida@anahuac.mx



Web

merida.anahuac.mx/posgrado