

MAESTRÍA

MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MARKETING Y NEUROMARKETING



LERG063

- DIPLOMA ACREDITADO POR APOSTILLA DE LA HAYA -



DESTINATARIOS


El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Marketing y Neuromarketing** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer como llegar a la mente del mercado, cómo descubrir las necesidades y deseos profundos de los clientes, cómo crear vínculos con el cliente a través de los canales de marketing, los elementos de la economía emocional, el circuito económico emocional, e marketing y dirección comercial y el neuromarketing, entre otros aspectos relacionados. Además, al final de cada unidad didáctica el alumnado encontrará ejercicios de autoevaluación para poder evaluar el nivel y los conocimientos adquiridos en cada apartado, y que él/ella mismo/a podrá corregir a través del solucionario adjunto.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
600H 

MODALIDAD
ONLINE 
*La modalidad incluye módulos con clases en directo

CURSO INICIAL
ONLINE 

TUTORIAS
PERSONALIZADAS 

IDIOMA
CASTELLANO 

DURACIÓN
HASTA UN AÑO 
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 2976\$

VALOR ACTUAL: 744\$

*Importe expresado en Dólares Americanos

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la “**MAESTRÍA INTERNACIONAL EN MARKETING Y NEUROMARKETING**”, de la ESCUELA ERGON, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

La Titulación dispone de la APOSTILLA DE LA HAYA (Certificación Oficial que da validez a la Titulación ante el Ministerio de Educación de más de 200 países de todo el mundo).

REDES SOCIALES



CONTENIDO FORMATIVO

1. PRIMERA PARTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEL MARKETING AL NEUROMARKETING: COMO LLEGAR A LA MENTE DEL MERCADO.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CÓMO DESCUBRIR LAS NECESIDADES Y DESEOS PROFUNDOS DE NUESTROS CLIENTES.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TARGETING Y POSICIONAMIENTO. EN EL CEREBRO DEL CLIENTE.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTELIGENCIA DE NEGOCIOS. CÓMO INDAGAR LA MENTE DEL MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PRODUCTO COMO CONSTRUCCIÓN CEREBRAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PRECIO COMO CONSTRUCCIÓN PERCEPTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CÓMO CREAR VÍNCULOS CON EL CLIENTE A TRAVÉS DE LOS CANALES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DE LA COMUNICACIÓN A LA NEUROCOMUNICACIÓN

2. SEGUNDA PARTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS DECISIONES DE CONSUMO NUNCA FUERON RACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EVIDENCIA QUE HEMOS IGNORADO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELEMENTOS DE LA ECONOMÍA EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CIRCUITO ECONÓMICO EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA EMPRESA EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NEUROMARKETING O MARKETING EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL CÓDIGO EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICANDO EL CÓDIGO EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 9. UN NUEVO MARKETING MIX, INCORPORANDO LOS ASPECTOS EMOCIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COMUNICANDO EL CÓDIGO EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 11. UNA ESTRATEGIA EMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LISTA DE FIGURAS

1. Figura 1. El código Tri-uno
2. Figura 2. Códigos que subyacen las historias que componen al ser humano
3. Figura 3. Códigos y expresiones
4. Figura 4. Expresiones frente a necesidades
5. Figura 5. Circuito económico básico
6. Figura 6. Circuito económico emocionales
7. Figura 7. El nivel “lo que soy” y la complejidad del código emocionales
8. Figura 8. Nivel externoentorno
9. Figura 9. El lugar donde soy feliz
10. Figura 10. Diseño sensorial emocionales

3. TERCERA PARTE – DR. JEKYLL Y MR. HYDE-

UNIDAD DIDÁCTICA 1.CUANDO JEKYLL ATRAVESÓ EL ESPEJO Y DESCUBRIÓ OTRA REALIDAD: UN CONSUMIDOR LLAMADO HYDE

UNIDAD DIDÁCTICA 2.DARWIN, LA HOJA DE RUTA DE DOS COMPRADORES: DE MR. HYDE AL DR. JEKYLL

UNIDAD DIDÁCTICA 3.DE LA CONDUCTA DE REPTILES Y MAMÍFEROS AL EXTRAÑO CASO DEL DR. JEKYLL Y MR. HYDE

UNIDAD DIDÁCTICA 4.NACE EL DR. JEKYLL: LAS LEYES DE LA EXTERNALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 5.-CUANDO EL CONSUMIDOR JEKYLL DESCUBRIÓ AL DECISOR HYDE

UNIDAD DIDÁCTICA 6.RADIOGRAFIA DE DOS CONSUMIDORES: JEKYLL Y HYDE

UNIDAD DIDÁCTICA 7.LA BATALLA POR EL PODER DE DECIDIR: LA CASA DE HYDE

UNIDAD DIDÁCTICA 8.LAS MARCAS: HYDE SALE DE COMPRAS

UNIDAD DIDÁCTICA 9.CRISIS: POR QUÉ DARWIN Y ALICIA APROBARON EN MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 10.LOS CUATRO JINETES DEL NEUROMARKETING: ALICIA, HYDE, JEKYLL Y DARWIN

UNIDAD DIDÁCTICA 11.EL OTRO LADO DEL ESPEJO: NEURO + MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 12.HISTORIAS DE HYDE: CUANDO AMBOS DESCUBRIÓ A DOS

4. CUARTA PARTE. MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

1. Introducción
2. El Comercio Electrónico
3. Teoría del Marketing.
4. Marketing Estratégico.
5. Sistemas publicitarios.
6. Adolfo Domínguez (caso práctico empresa)
7. Bermejo.
8. Telepizza.
9. El Plan de Marketing.
10. Plan de Turismo (caso práctico plan de marketing).
11. Plan de Marketing para la ciudad de Valencia.
12. Plan de Marketing empresa de Chocolate (en formato presentación PowerPoint).
13. Plan de Viabilidad 1
14. Plan de Viabilidad 2
15. Combinar correspondencia: Multimedia y ejercicios para realizar mailing con Word.
16. Calculo del Umbral de Rentabilidad: como realizar este cálculo mediante el programa Excel. Multimedia y ejercicios para practicar.
17. Curso multimedia de SPSS: fundamentos de este programa de estadísticas.
18. La función Solver: multimedia y ejercicios para aprender esta utilidad de Excel.
19. Curso completo de PowerPoint: el programa mas completo y sencillo para realizar presentaciones. Multimedia + ejercicios la forma mas practica, cómoda y sencilla de aprender.
20. Las 22 Leyes del Marketing.
21. Marketing y Ventas
22. Curso de dirección comercial y ventas.

5. QUINTA PARTE. NEUROMARKETING

1. Guía didáctica
2. Todo el mundo miente
3. Documental el Neuromarketing
4. Qué es el Neuromarketing
5. Sabemos que no sabemos lo que hacemos
6. Cerebro creativo, cerebro racional
7. Herramientas del Neuromarketing
8. Herramientas del Neuromarketing II
9. El Consumidor
10. Neuromarketing para la web
11. Neuromarketing para hostelería
12. El Experimento del Golf GTI
13. Neuromarketing para el supermercado + Manual completo de Neuromarketing