

DOBLE TITULACIÓN

MÁSTER INTERNACIONAL EN MARKETING

+

MÁSTER INTERNACIONAL EN
NEUROMARKETING

esneca
BUSINESS SCHOOL

MAS056

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



DESTINATARIOS

Este curso está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores y cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos necesarios en relación con el Marketing y el Neuromarketing.

Permite conocer el marketing, el comercio electrónico, el marketing estratégico, los sistemas publicitarios, el curso Microsoft Office Power Point, el Neuromarketing, el cerebro creativo y el cerebro racional, las habilidades y competencias directivas, el proceso directivo, las teorías de liderazgo, la motivación laboral, la motivación del personal, la comunicación, la negociación, la gestión del tiempo, el registro de la actividad, la neuroeconomía, la introducción a la neuroeconomía, la emoción, las decisiones y la neuroeconomía digital.

En ambas modalidades 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

*Incluye módulos con clases en directo



CURSO INICIAL
ONLINE



TUTORIAS
PERSONALIZADAS



IDIOMA
CASTELLANO



DURACIÓN
HASTA UN AÑO
*Prorrogable



IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 2380€
VALOR ACTUAL: 595€

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER INTERNACIONAL EN MARKETING + MÁSTER INTERNACIONAL EN NEUROMARKETING**”, de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas 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.

REDES SOCIALES



www.facebook.com/esnecaschool



[linkedin.com/school/esneca-business-school](https://www.linkedin.com/school/esneca-business-school)



[@esneca.business.school](https://www.instagram.com/esneca.business.school)



www.esneca.com



www.twitter.com/ESNECA



www.esneca.com/blog

CONTENIDO FORMATIVO

MÓDULO 1. MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEORÍA

1. Introducción
2. El Comercio Electrónico
3. Teoría del Marketing.
4. Marketing Estratégico.
5. Sistemas publicitarios.
6. Las 22 leyes del Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRÁCTICA

7. Caso Adolfo Domínguez
8. Caso Bermejo.
9. Caso Telepizza.
10. Plan de Marketing.
11. Plan de Marketing ciudad de Calella.
12. Plan de Marketing ciudad de Valencia.
13. Plan de Marketing empresa turismo
14. Plan viabilidad fical-contable
15. Plan de Viabilidad de empresa de productos desechables.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CURSO MICROSOFT OFFICE POWERPOINT

1. Entorno.
2. Iniciar trabajo con PowerPoint.
3. Insertar elementos.
4. Diseño de la presentación.
5. Animación.
6. Dar formato a la presentación.
7. Presentación con diapositivas.
8. Finalizar y publicar presentación.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJERCICIOS PRÁCTICOS

1. Temas y estilos rápidos.
2. Utilizar plantillas de diseño.
3. Guardar un tema personalizado.
4. Patrones.
5. Personalizar un tema.
6. Agregar una tabla.
7. Crear un gráfico SmartArt.
8. Nuevos efectos de relleno.
9. Estilos de SmartArt.
10. Transición e intervalos de diapositivas.
11. Animación de diapositivas.
12. Impresión de diapositivas.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MICROSOFT OFFICE WORD

1. Combinar correspondencia I.
2. Combinar correspondencia II.
3. Organigramas y diagramas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING Y VENTAS

1. Introducción
2. Respetar las etapas de venta
3. Consultar es prepararse para ganar
4. Establecer la toma de contacto
5. Dirigir y orientar la entrevista de ventas
6. Argumentar con eficacia
7. Presentar y defender el precio
8. Tratamiento de objeciones
9. Concluir
10. Fidelizar al cliente
11. Plan de acción individual

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. Evolución lógica
2. El vendedor Profesional
3. El cliente

MÓDULO 2. NEUROMARKETING

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

MÓDULO 3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DIRECTIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HABILIDADES DIRECTIVAS

1. El proceso directivo.
2. El proceso directivo (r) .
3. Teorías del liderazgo.
4. El liderazgo .
5. La motivación laboral.
6. La motivación del personal .
7. La comunicación.
8. La negociación.
9. Comunicación y negociación .
10. La PNL

11. La PNL (r).
12. Coaching y mentoring.
13. Coaching (r) .
14. Manual Habilidades Directivas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DEL TIEMPO

1. Personajes
2. Conceptos
3. Introducción a la gestión del tiempo
4. Como de buena es su gestión del tiempo
5. 10 Errores comunes de gestión del tiempo
6. Como de productivo es
7. Registros de actividad
8. Lista de tareas
9. Agenda Windows
10. Agenda Outlook
11. Organización en Windows I
12. Organización en Windows II
13. Organizarse con Outlook
14. Organizarse con el móvil
15. Lista de tareas con Excel
16. Presupuesto familiar con Excel
17. Datos e información con Excel
18. Remember the milk
19. Los 8 pasos
20. Resumen
21. Manual Gestión del tiempo

MÓDULO 4. NEUROECONOMÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

El mundo cambia y con él, la ciencia. No siempre lo hacen a la misma velocidad, ni de la misma manera. Mientras que algunas personas no ven la necesidad del cambio, otras, sin embargo, se esfuerzan por que se produzca.

1. Introducción a la neuroeconomía.
2. El poder de las emociones.
3. Introducción a la neuroeconomía 2.
4. Tarea introducción a la neuroeconomía.
5. De la economía a la neuroeconomía.
6. La economía conductual.
7. La neuroeconomía.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMOCIÓN

En la actualidad se acepta plenamente la premisa de que la emoción está presente en la toma de decisiones. Y la economía no es una excepción.

1. Las emociones.
2. El papel de las emociones en la toma de decisiones económicas.
3. Emociones y decisiones de riesgo.
4. La regulación emocional.

5. La reevaluación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DECISIONES

La mayoría de las veces no depende de nosotros poder elegir entre la certeza e incertidumbre, ya que vivimos rodeados de riesgos.

1. Decisiones y riesgos.
2. La paradoja de Ellsberg.
3. Procesos en la toma de decisiones.
4. La importancia del contexto.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIGITAL

Hay muchos factores inconscientes en el comportamiento de los consumidores, y el neuromarketing digital se aprovecha de ellos para vender más y mejor.

1. Neuroeconomía digital.
2. La importancia de la prueba social.
3. Diseño eficiente.
4. Vender más.