

Corso Universitario Marketing Sensoriale



Corso Universitario Marketing Sensoriale

- » Modalità: online
- » Durata: 6 settimane
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Diplomatici e Laureati che abbiano precedentemente conseguito un qualsiasi titolo di studio nel campo delle Scienze Sociali e Giuridiche, Amministrative e Aziendali.

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/corso-universitario/marketing-sensoriale

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il
nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Struttura e contenuti

pag. 18

06

Metodologia

pag. 24

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 32

08

Direzione del corso

pag. 36

09

Impatto sulla tua carriera

pag. 40

10

Benefici per la tua azienda

pag. 44

11

Titolo

pag. 48

01 Benvenuto

Le attuali tendenze del marketing spingono le aziende a creare esperienze multisensoriali per generare emozioni e sensazioni positive nei clienti. Sulla base di queste tecniche, la ricerca certifica che le aziende sono in grado di aumentare la fedeltà dei clienti e le vendite dei propri prodotti o servizi. Inoltre, i professionisti che padroneggiano queste tecniche avanzate rappresentano un importante guadagno per la redditività delle aziende. In questo contesto, TECH offre un programma in modalità 100% online grazie al quale gli studenti potranno analizzare queste strategie e affrontare gli strumenti più complessi per la loro applicazione. A tal fine, dispone di una piattaforma interattiva, di materiali multimediali, come video e infografiche, e di un metodo didattico innovativo: il *Relearning*.



Corso Universitario in Marketing Sensoriale.
TECH Università Tecnologica

“

Se sei alla ricerca di un programma che si adatti ai tuoi orari e ai tuoi impegni, questo Corso Universitario ti offrirà un programma esaustivo in modalità 100% online che ti consentirà di specializzarti immediatamente in questo campo del Marketing Sensoriale”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo che opera al 100% in modalità online. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è un'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'Università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multivideo interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non si basa su criteri economici. Non è necessario effettuare un grande investimento per studiare in questa Università. Tuttavia, per ottenere una qualifica rilasciata da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti...

95 % | degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e con professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha sviluppato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici dei 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con TECH possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.



TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a offrire una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perchè scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito del Senior Management.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che ci permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i seguenti:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, tenendo conto delle diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorare le soft skills e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una spinta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti grazie a un personale docente di reputazione internazionale.

04 Obiettivi

Questo programma ha l'obiettivo di fornire ai professionisti le nozioni principali per padroneggiare la connessione dei sensi nel consumatore e l'esperienza d'acquisto. Grazie ad una metodologia didattica innovativa, gli studenti svilupperanno competenze avanzate in Neuromarketing e saranno in grado di progettare esperienze multisensoriali uniche che promuovano la fidelizzazione del cliente.



“

Analizza come le emozioni influiscono sul comportamento del consumatore nel processo di acquisto grazie a questo completissimo programma”

**TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti.
Lavorando insieme a loro per raggiungerli.**

Il Corso Universitario in Marketing Sensoriale prepara lo studente a:

01

Comprendere i principali elementi e concetti del Neuromarketing e la sua applicazione nello studio del comportamento dei consumatori

02

Esaminare i processi emotivi e razionali coinvolti nel processo decisionale di acquisto del consumatore

03

Studiare l'influenza dei sensi sui processi decisionali di acquisto del consumatore

04

Studiare l'importanza dell'attenzione e della consapevolezza nel comportamento del consumatore e il suo rapporto con l'esperienza di acquisto

05

Esplorare la relazione tra sensi ed emozioni nel comportamento di acquisto del consumatore



06

Conoscere le tecniche di comunicazione persuasiva e il relativo rapporto con i sensi del consumatore

08

Valutare l'impatto del marketing sensoriale nell'esperienza di acquisto del consumatore



07

Approfondire l'importanza della sinestesia nel marketing sensoriale e la sua applicazione pratica nel branding

09

Studiare l'influenza di odori, sapori, consistenze, colori e suoni sul comportamento del consumatore e la loro applicazione nel marketing sensoriale

10

Utilizzare le conoscenze acquisite nella creazione di un marchio sensoriale e valutare i risultati ottenuti

05

Struttura e contenuti

Questo Corso Universitario in Marketing Sensoriale è stato progettato per soddisfare gli interessi e le priorità dei professionisti interessati a guidare team e a ricoprire ruoli manageriali nel campo del marketing. Il programma viene erogato in modalità 100% online e gli studenti avranno a disposizione 6 settimane in cui analizzeranno intensamente tutte le particolarità di questo campo di esperienza.



“

Quello che studi è molto importante. Le abilità e le competenze acquisite sono fondamentali. Fidati di noi, non troverai un programma più completo di questo”

Piano di studi

Il Corso Universitario in Marketing Sensoriale fornisce agli studenti una comprensione completa di come i sensi influenzino il comportamento dei consumatori. L'obiettivo è quello di applicare le tecniche di questa disciplina per generare esperienze multisensoriali positive e favorire la fidelizzazione dei clienti.

Il programma comprende un'introduzione al Neuromarketing e alla sua applicazione nello studio del comportamento del consumatore. Verrà inoltre analizzato il modo in cui la percezione dell'ambiente condiziona il processo decisionale di acquisto e il ruolo delle emozioni nel comportamento del cliente.

Verrà inoltre analizzato in modo approfondito il sistema sensoriale e la sua relazione con i processi di acquisto e di consumo. Si tratta della comunicazione persuasiva, della sinestesia e del marketing del tatto, della vista, dell'olfatto e del gusto.

Questo Corso Universitario è ideale anche per i professionisti che desiderano acquisire competenze avanzate in materia di marketing e gestione. Inoltre, si tratta di un settore in continua evoluzione ed espansione, per cui gli studenti saranno preparati ad affrontare le sfide attuali e future del mercato.

Questo Corso Universitario si svolge nell'arco di 6 settimane e consiste in un modulo:

Modulo 1

Marketing sensoriale: connettersi con i sensi del consumatore da una prospettiva di Neuromarketing



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Corso Universitario in Marketing Sensoriale completamente online. Durante i 6 settimane della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, fondamentale e
decisiva per potenziare la
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Marketing sensoriale: connettersi con i sensi del consumatore da una prospettiva di Neuromarketing

<p>1.1 Esperienza di acquisto attraverso il Neuromarketing</p> <p>1.1.1. Il Neuromarketing focalizzato sull'essere umano</p> <p>1.1.2. L'esperienza di acquisto dal punto di vista del Neuromarketing</p> <p>1.1.3. L'importanza dei sensi nel processo decisionale d'acquisto</p> <p>1.1.4. Attenzione e coscienza nel comportamento del consumatore</p>	<p>1.2 I sentimenti e le emozioni nel comportamento dei consumatori</p> <p>1.2.1. Processi razionali ed emotivi nel processo di acquisto</p> <p>1.2.2. Regola del picco e della parte finale</p> <p>1.2.3. Comportamento di acquisto: in che modo le emozioni influenzano i sensi?</p>	<p>1.3 Il sistema sensoriale e il suo impatto sui processi di acquisto e di consumo</p> <p>1.3.1. Funzionamento del sistema sensoriale nel comportamento d'acquisto</p> <p>1.3.2. La comunicazione persuasiva e i sensi</p> <p>1.3.3. Sinestesia e marketing sensoriale</p> <p>1.3.4. Ci sono altri sensi?</p> <p>1.3.5. Effetto Bouba/Kiki</p>	<p>1.4 I sensi: il marketing del tatto</p> <p>1.4.1. I poteri del tatto</p> <p>1.4.2. La grande capacità delle mani</p> <p>1.4.3. Marketing del tatto</p>
<p>1.5 I sensi. Visual Marketing: il potere della visione nel consumismo</p> <p>1.5.1. La visione. Coinvolgimento nel consumo</p> <p>1.5.2. L'influenza della luce sull'esperienza d'acquisto</p> <p>1.5.3. I colori nel branding e le vendite</p> <p>1.5.4. Uno sguardo sul Neuromarketing</p>	<p>1.6 I sensi: il marketing olfattivo visto attraverso il Neuromarketing</p> <p>1.6.1. L'olfatto: cosa, ma non come</p> <p>1.6.2. Memoria e olfatto. Implicazioni nell'esperienza di acquisto</p> <p>1.6.3. L'influenza degli odori negli acquisti. Applicazione pratica</p> <p>1.6.4. Marketing dell'olfatto e neuromarketing</p>	<p>1.7 I sensi: il marketing del gusto</p> <p>1.7.1. Proprietà funzionali dell'aroma</p> <p>1.7.2. I sapori</p> <p>1.7.3. Elementi di marketing del gusto</p>	<p>1.8 I sensi: il marketing sonoro</p> <p>1.8.1. Come funziona l'udito?</p> <p>1.8.2. Il suono e le sue qualità</p> <p>1.8.3. Marketing uditivo</p>
<p>1.9 Marketing sensoriale e Neuromarketing</p> <p>1.9.1. Il marketing sensoriale come protagonista dell'esperienza del consumatore</p> <p>1.9.2. Il potere del Neuromarketing in ambito sensoriale</p> <p>1.9.3. Neuromarketing e marketing sensoriale: fattori di differenziazione dell'esperienza d'acquisto</p>	<p>1.10 Marketing sensoriale nella pratica</p> <p>1.10.1. Marketing sensoriale e branding</p> <p>1.10.2. Fasi del branding sensoriale</p> <p>1.10.4. Applicazione del marketing sensoriale nelle aziende</p> <p>1.10.5. Casi di successo</p>		



Un'esperienza educativa unica, chiave e decisiva per potenziare la tua crescita professionale e dare una svolta definitiva"



06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





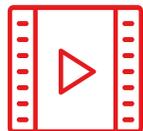
Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



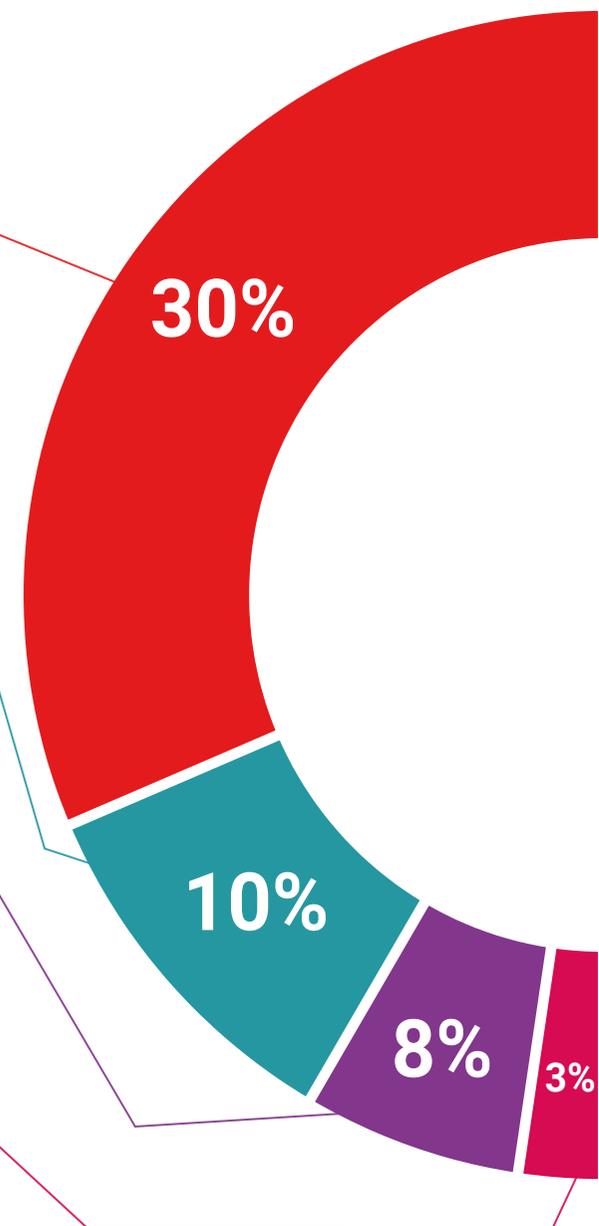
Stage di competenze manageriali

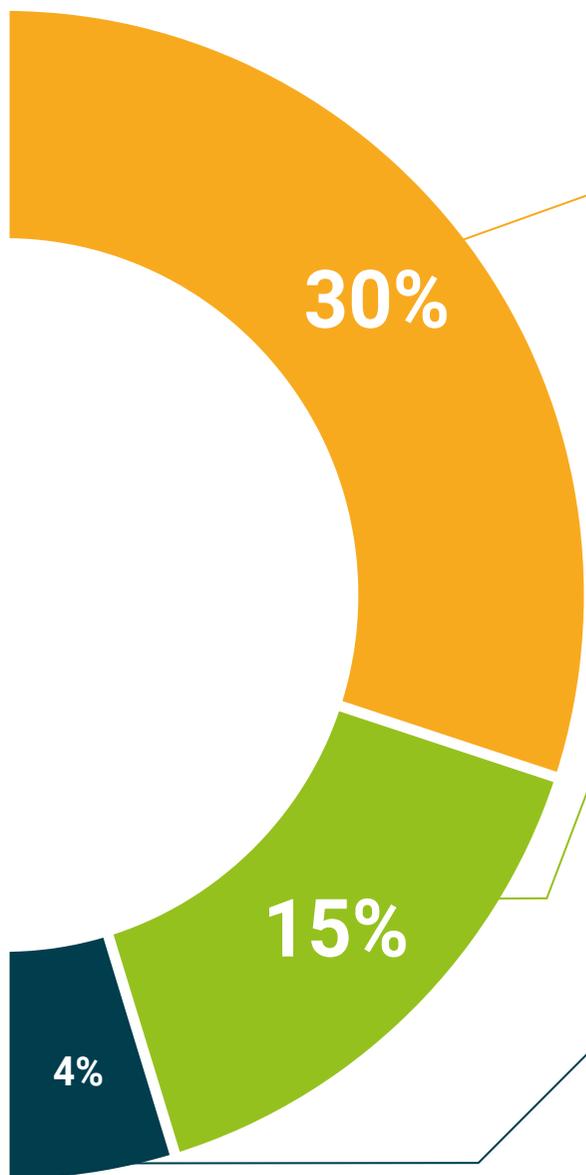
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07

Profilo dei nostri studenti

Il Corso Universitario è indirizzato ai Diplomati, ai Laureati o agli studenti che abbiano precedentemente conseguito una qualifica nel campo delle Scienze Sociali e Giuridiche, Amministrative ed Economiche.

La varietà dei partecipanti, con profili accademici differenti e di diverse nazionalità dimostra l'approccio multidisciplinare di questo programma.

Potranno iscriversi a questo Corso Universitario anche i professionisti che, sebbene in possesso di titoli universitari di aree diverse, possiedono esperienza lavorativa di almeno due anni nel campo del Marketing Sensoriale.





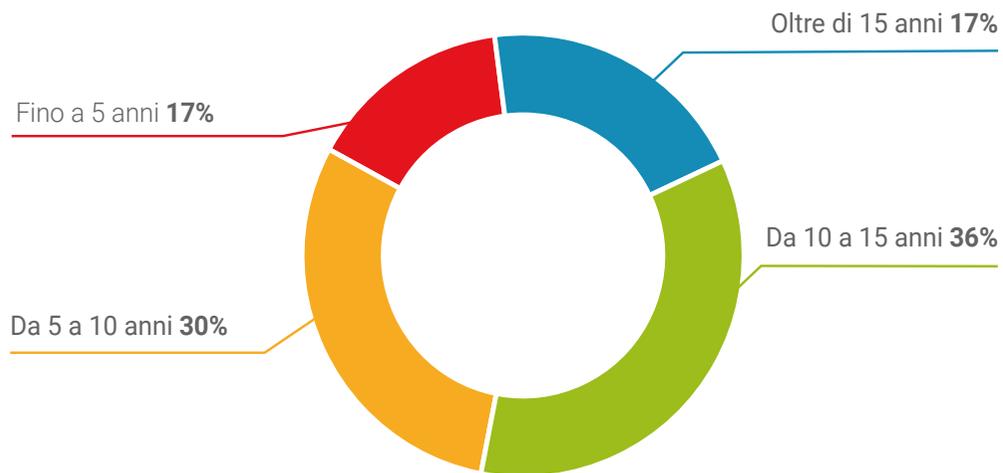
“

Padroneggia la regola del picco e della parte finale e delle sue applicazioni per influenzare sulle decisioni di acquisto del consumatore”

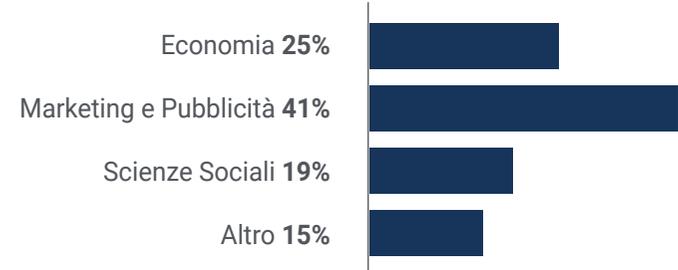
Età media

Da **35** e **45** anni

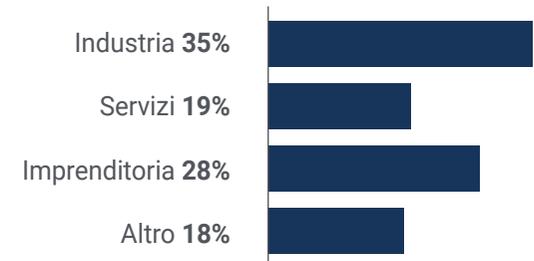
Anni di esperienza



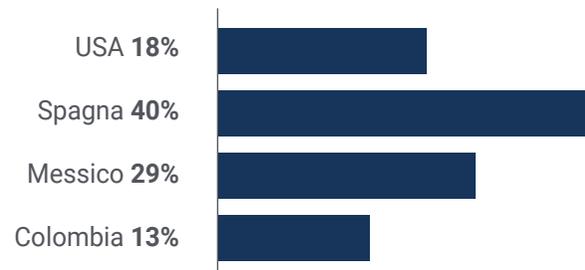
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Ana García

Responsabile Marketing e del Marketing Sensoriale

"Questo Corso Universitario in Marketing Sensoriale è stato decisivo per la mia carriera. Le conoscenze acquisite mi hanno permesso di implementare strategie avanzate per migliorare l'esperienza dei miei clienti. Allo stesso tempo, ho potuto assumere la leadership di un progetto e raggiungere tutti gli obiettivi professionali a cui aspiravo. È stato inoltre molto utile potermi preparare al mio ritmo, senza orari prestabiliti, grazie alla metodologia 100% online di TECH"

08

Direzione del corso

I membri del personale docente di TECH sono i più adatti a questo programma per diverse ragioni. Possiedono una vasta esperienza nel campo del marketing e della gestione, che consente loro di fornire agli studenti una prospettiva pratica e aggiornata sulle ultime tendenze e sugli strumenti del marketing sensoriale. Inoltre, sono altamente qualificati in metodologie didattiche innovative e strumenti tecnologici all'avanguardia per fornire un'istruzione di qualità. I membri della facoltà si impegnano per il successo dei loro studenti, fornendo un supporto personalizzato e un feedback costante per aiutarli a raggiungere i loro obiettivi accademici e professionali.



“

Sviluppa competenze avanzate nella gestione dei team e nella leadership dei progetti di marketing attraverso gli eccellenti insegnanti di TECH”

Direzione



Dott. Carrascosa Mendoza, Gabriel

- ♦ Ricercatore e direttore di Fusión Lab, Laboratorio di Neuromarketing Applicato
- ♦ Consulente nei settori del marketing, delle ricerche di mercato, del Neuromarketing e della Comunicazione presso l'Associazione Europea di Neuromarketing - AEN
- ♦ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale presso l'University of Wales, Regno Unito
- ♦ Master in Neuromarketing e Comportamento del Consumatore dell'Università Europea Miguel de Cervantes UEMC
- ♦ Corso di Esperto Universitario: Neuromarketing e Comportamento del Consumatore presso l'Università di Nebrija
- ♦ Corso Tecnico sullo Sviluppo e le Applicazioni dell'Eye Tracking nel Neuromarketing-SMI
- ♦ Membro onorario dell'AMNAC (Associazione Messicana di Neuromarketing e Analisi del Consumo)

Personale docente

Dott.ssa Alff Machado, Larissa

- ♦ Specialista in Neuromarketing
- ♦ Consulente e tecnico di implementazione presso Fusion Lab Neuromarketing
- ♦ Laurea in Pubblicità presso la UNP
- ♦ Master in Neuromarketing e Comportamento del Consumatore dell'UCM
- ♦ Master in Marketing Digitale presso EAE Business School
- ♦ Post-laurea in Marketing Strategico presso la Scuola di Marketing di Rio de Janeiro



09

Impatto sulla tua carriera

Il Corso Universitario in Marketing Sensoriale fornisce competenze avanzate di marketing e di gestione per guidare team e assumere ruoli manageriali. Le conoscenze acquisite permetteranno di applicare tecniche avanzate nella creazione di esperienze multisensoriali uniche. Gli studenti saranno inoltre preparati ad affrontare le sfide attuali e future del mercato e ad eccellere nella loro carriera.



“

Gestendo a fondo le tecniche di comunicazione persuasiva su diverse piattaforme e canali, diventerai un manager di riferimento e con grandi capacità per l'applicazione di Marketing Sensoriale”

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Il Corso Universitario in Marketing Sensoriale di TECH è un programma intensivo che prepara ad affrontare sfide e a prendere decisioni aziendali. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

Se vuoi migliorare te stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

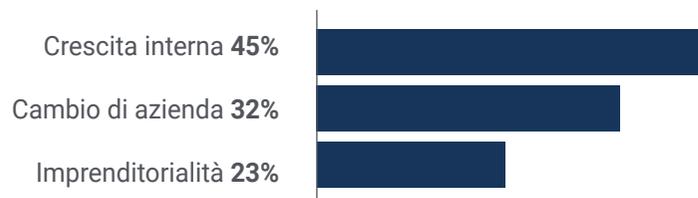
Svilupperai competenze avanzate nella gestione dei team e nella leadership grazie a questa qualifica e riuscirai ad applicarle immediatamente nel tuo esercizio professionale quotidiano.

Questa specializzazione in modalità 100% online ti offre materiali di studio aggiornati in diversi formati tra cui video e infografiche.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **26,24%**



10

Benefici per la tua azienda

Le aziende possono trarre vantaggio dall'assunzione di studenti in Marketing Sensoriale. Questi professionisti sono preparati per applicare tecniche avanzate di Neuromarketing e marketing sensoriale per migliorare l'esperienza del cliente. Gli studenti potranno contribuire a sviluppare strategie di marketing e di gestione più efficaci e saranno a conoscenza delle ultime tendenze e degli ultimi strumenti.



“

Iscriviti a questo programma e diventerai un esperto nella gestione del Marketing Sensoriale per migliorare la redditività e la crescita dell'azienda”

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda stessa.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.

05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione.



11

Titolo

Il Corso Universitario in Marketing Sensoriale garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Corso Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Corso Universitario in Marketing Sensoriale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Corso Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Corso Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Corso Universitario in Marketing Sensoriale**

N° Ore Ufficiali: **150 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Corso Universitario Marketing Sensoriale

- » Modalità: **online**
- » Durata: **6 settimane**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Corso Universitario Marketing Sensoriale

