

Esperto Universitario

Tecnologia e Sensorialità nel
Neuromarketing Commerciale





Esperto Universitario Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: **Diplomati, Laureati e Laureandi** che abbiano precedentemente conseguito un qualsiasi titolo di studio nel campo delle Scienze Sociali e Giuridiche, Amministrative e Aziendali nonché nell'ambito del Marketing e della Pubblicità.

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-tecnologia-sensorialita-neuromarketing-commerciale

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. 22

06

Metodologia

pag. 30

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 38

08

Direzione del corso

pag. 42

09

Impatto sulla tua carriera

pag. 46

10

Benefici per la tua azienda

pag. 50

11

Titolo

pag. 54

01 Benvenuto

Stimolare i sensi attraverso il lancio di campagne pubblicitarie che motivano la creazione di legami emotivi tra il marchio e il consumatore è diventata una strategia di marketing molto popolare nel mercato odierno. Oltre a raggiungere il pubblico di riferimento in modo più personalizzato, favoriscono una comunicazione efficace, creando una stretta connessione e, quindi, un grande impatto sul pubblico. Tali tecniche sono parte del Neuromarketing sensoriale commerciale, un aspetto su cui si concentra questa specializzazione e grazie al quale gli studenti potranno acquisire una visione realistica e critica della loro applicazione nell'attività commerciale odierna. TECH presenta un'esperienza accademica in modalità 100% online che permetterà di specializzarsi in questo campo in soli 6 mesi, padroneggiando alla perfezione le strategie di gestione della psicologia dei consumatori e l'importanza di collegare i loro sensi al processo di acquisto.



Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing
Commerciale TECH Università Tecnologica



“

Se sei alla ricerca di un programma che ti fornisca le strutture necessarie per specializzarti in Neuromarketing sensoriale ovunque tu sia e al tuo ritmo, questo programma è perfetto per te”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. 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 formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'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 multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 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.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 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 più di 200 nazioni differenti.

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



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

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 in 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

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

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.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di 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 aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, 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, considerando le diverse aree dell'azienda.

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

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

La realizzazione di questo programma è stata portata avanti con l'obiettivo di fornire agli studenti l'accesso ai contenuti teorici, pratici e integrativi più all'avanguardia che permettano loro di specializzarsi, in soli 6 mesi, nel Neuromarketing Commerciale, così come nella gestione delle sue tecnologie più avanzate e complesse. Grazie al programma di studi altamente competitivo, qualsiasi professionista sarà in grado di conseguire anche gli obiettivi più ambiziosi mediante a un percorso di studi personalizzato in base alle proprie esigenze e presentato in un formato comodo e accessibile al 100% online.



“

Approfondirai i concetti più all'avanguardia della personalità e del comportamento del consumatore attraverso la conoscenza delle teorie più efficaci per la pratica del Neuromarketing"

TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

L'Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale prepara lo studente a:

01

Approfondire processi di analisi delle opportunità di mercato, valutando le mutevoli esigenze dell'ambiente che dimostrano la necessità di allineare coerentemente le azioni di un piano di marketing con i risultati degli studi di Neuromarketing

04

Identificare il comportamento d'acquisto dei consumatori nei diversi canali di distribuzione fisici e digitali

02

Sviluppare una visione comune relativa ai piani d'azione basati sul Neuromarketing con i valori dell'organizzazione, che permetta di specificare obiettivi generali e specifici, nonché di analizzare e misurare i risultati del Neuromarketing applicato

03

Stabilire formule di lavoro che includano l'applicazione delle conoscenze di Neuromarketing per creare, definire e trasmettere al mercato target i valori dell'organizzazione in linea con gli obiettivi e i principi etici dell'organizzazione

05

Valutare e comprovare il ruolo delle emozioni nei processi decisionali di acquisto dei consumatori per generare l'esperienza di marca degli utenti



06

Presentare la convergenza tra neuroscienze e marketing e identificare le diverse tecnologie e tecniche utilizzate nella disciplina del Neuromarketing

08

Presentare la metodologia della fMRI e della MRI negli studi di Neuromarketing



09

Valutare l'elettroencefalogramma come tecnica applicata alle Neuroscienze

07

Analizzare i vantaggi e gli svantaggi delle tecniche di Neuromarketing, proporre i principi etici del loro utilizzo ed esaminare le sfide di queste tecniche

10

Analizzare il funzionamento della risposta galvanica e la sua importanza per il Neuromarketing

11

Valutare l'eye-tracking come tecnica applicata alle Neuroscienze

12

Proporre l'uso della *facial-coding* come tecnica di Neuromarketing





13

Dimostrare l'utilità di applicare gli elementi del *Visual Thinking* nelle relazioni finali con i risultati del Neuromarketing

14

Generare linee di azione congiunte tra i processi di implementazione del neuromarketing e i processi di *Design Thinking* in azienda

15

Valutare i processi di conduzione del lavoro sul campo delle Neuroscienze dei consumatori per evitare pregiudizi e aumentare l'utilità dei risultati ottenuti

16

Sviluppare e proporre approcci per l'applicazione di questa ricerca nei processi di consumo dei servizi pubblici da parte dei cittadini





17

Determinare le principali variabili da indagare negli attori del canale dei servizi turistici, separando gli aspetti cognitivi, macro-ambientali ed emotivo-sentimentali

05

Struttura e contenuti

Questo Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale è stato progettato dal personale docente che, essendo specialisti nel campo della Psicologia, conoscono nel dettaglio le informazioni che lo studente deve padroneggiare per diventare esperto in questo settore. Pertanto, in sole 450 ore di contenuti teorici, pratici e aggiuntivi, sarà possibile ottenere una visione ampia ed esaustiva degli ultimi sviluppi in questo settore, contribuendo alla proiezione professionale attraverso una specializzazione in modalità 100% online.



“

Il programma perfetto per imparare a conoscere la Psicografia intesa come influenza sul comportamento dei consumatori, attraverso i metodi di ricerca in materia di personalità più all'avanguardia ed efficaci"

Piano di studi

Il piano di studi di questo Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale è stato progettato da TECH e da un team di esperti in Psicologia e Commercio, con l'obiettivo di riunire, in un unico programma, tutte le informazioni di cui lo studente avrà bisogno per padroneggiare, in soli 6 mesi di specializzazione in modalità 100% online, le fondamenta di questo settore per svolgere una prassi professionale di altissimo livello commerciale.

Su questa base, sono state selezionate 450 ore dei migliori contenuti teorici, pratici e aggiuntivi basati sugli ultimi sviluppi del settore attuale, grazie ai quali lo studente potrà approfondire numerosi aspetti, tra i quali possiamo citare l'impatto della memoria sui processi di acquisto, i fondamenti e gli strumenti delle ricerche di mercato o le basi neurologiche e tecnologiche applicate al Neuromarketing Commerciale.

Inoltre, questo programma aiuterà lo studente a mettere in pratica le competenze acquisite, perfezionando quelle necessarie per raggiungere il successo nel mondo del lavoro: capacità di leadership, problem solving, gestione della pressione, progettazione di piani di successo, controllo del tempo, ecc. ciò gli consentirà di affrontare qualsiasi offerta di lavoro con totale fiducia, rendendolo il candidato ideale per occupare le posizioni più prestigiose in entità internazionali in diversi settori dell'attuale contesto economico.

Questo Esperto Universitario ha la durata di 6 mesi e si divide in 3 moduli:

Modulo 1

Psicologia del consumatore: l'impatto della memoria e della personalità sui processi di acquisto

Modulo 2

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

Modulo 3

Neuromarketing applicato alle attività commerciali presenziali, al canale online, agli incontri e alle trattative

Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale completamente online. Durante i 6 mesi 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, chiave e decisiva per
potenziare la tua crescita
professionale e dare una
svolta definitiva.*



Modulo 1. Psicologia del consumatore: l'impatto della memoria e della personalità sui processi di acquisto

1.1. Aspetti psicologici legati al comportamento del consumatore

- 1.1.1. Analisi e contributi della psicologia al comportamento del consumatore
- 1.1.2. Il nucleo psicologico: i processi interni del consumatore
- 1.1.3. Comprensione e comportamento del consumatore

1.2. Teorie della personalità relative al comportamento d'acquisto

- 1.2.1. Teoria psicodinamica
- 1.2.2. Teoria umanistica
- 1.2.3. Teoria dei tratti
- 1.2.4. Tratti di personalità e comportamento del consumatore

1.3. La personalità e il comportamento del consumatore

- 1.3.1. Il consumatore come individuo
- 1.3.2. Aspetti della personalità
- 1.3.3. Personalità e comprensione del comportamento del consumatore

1.4. Psicografia: valori, personalità e stili di vita. Come influenza il comportamento dei consumatori

- 1.4.1. Valori come influenza nel comportamento dei consumatori
- 1.4.2. Metodi di ricerca sulla personalità
- 1.4.3. Parametri di comportamento e stile di vita
- 1.4.4. Psicografia: combinazione di valori, personalità e stili di vita

1.5. La memoria come influenza interna nel comportamento dei consumatori

- 1.5.1. In che modo il cervello codifica le informazioni?
- 1.5.2. Sistemi di memoria
- 1.5.3. Associazioni: In che modo la memoria registra le informazioni?
- 1.5.4. Memoria e recupero

1.6. Il ruolo della memoria nelle decisioni dei consumatori

- 1.6.1. Evocazione di ricordi
- 1.6.2. Memoria ed emozione
- 1.6.3. Memoria e contesto
- 1.6.4. Memoria ed esperienza di acquisto percepita

1.7. Educazione dei consumatori e cambiamento di atteggiamento

- 1.7.1. Gli atteggiamenti
- 1.7.2. Modelli strutturali degli atteggiamenti
- 1.7.3. Definizione dell'atteggiamento
- 1.7.4. Strategie di cambiamento di atteggiamento

1.8. Studi di attribuzione. Una visione panoramica dal punto di vista del consumatore

- 1.8.1. Teoria dell'attribuzione
- 1.8.2. Dinamiche sensoriali della percezione
- 1.8.3. Elementi della percezione
- 1.8.4. Educazione dei consumatori sulle immagini

1.9. Il comportamento di aiuto come facilitatore del benessere nel comportamento dei consumatori

- 1.9.1. Il comportamento di aiuto
- 1.9.2. Costi e benefici
- 1.9.3. Fornire o richiedere assistenza
- 1.9.4. Comportamento di aiuto in ambito commerciale

1.10. Il processo decisionale del consumatore

- 1.10.1. La componente cognitiva nel processo decisionale del consumatore
- 1.10.2. Implicazioni strategiche per le decisioni dei consumatori
- 1.10.3. Comportamento di acquisto: oltre la decisione

Modulo 2. Marketing sensoriale: connettersi con i sensi del consumatore da una prospettiva di Neuromarketing

2.1. L'esperienza di acquisto attraverso il Neuromarketing

- 2.1.1. Il Neuromarketing focalizzato sull'essere umano
- 2.1.2. L'esperienza di acquisto dal punto di vista del Neuromarketing
- 2.1.3. L'importanza dei sensi nel processo decisionale d'acquisto
- 2.1.4. Attenzione e coscienza nel comportamento del consumatore

2.2. Il potere delle emozioni nel comportamento dei consumatori

- 2.2.1. Processi razionali ed emotivi nel processo di acquisto
- 2.2.2. Regola del picco e della parte finale
- 2.2.3. Comportamento di acquisto: in che modo le emozioni influenzano i sensi?

2.3. Il sistema sensoriale e il suo impatto sui processi di acquisto e consumo

- 2.3.1. Funzionamento del sistema sensoriale nel comportamento d'acquisto
- 2.3.2. La comunicazione persuasiva e i sensi
- 2.3.3. Sinestesia e marketing sensoriale
- 2.3.4. Ci sono altri sensi?
- 2.3.5. Effetto Bouba/Kiki

2.4. I sensi: il marketing del tatto

- 2.4.1. I poteri del tatto
- 2.4.2. La grande capacità delle mani
- 2.4.3. Marketing del tatto

2.5. I sensi. Visual Marketing: il potere della visione nel consumismo

- 2.5.1. La visione. Coinvolgimento nel consumo
- 2.5.2. L'influenza della luce sull'esperienza d'acquisto
- 2.5.3. I colori nel branding e le vendite
- 2.5.4. Uno sguardo sul Neuromarketing

2.6. I sensi: il marketing olfattivo visto attraverso il Neuromarketing

- 2.6.1. L'olfatto: cosa, ma non come
- 2.6.2. Memoria e olfatto. Implicazioni nell'esperienza di acquisto
- 2.6.3. L'influenza degli odori negli acquisti. Applicazione pratica
- 2.6.4. Marketing dell'olfatto e neuromarketing

2.7. I sensi: il marketing del gusto

- 2.7.1. Proprietà funzionali dell'aroma
- 2.7.2. I sapori
- 2.7.3. Elementi di marketing del gusto

2.8. I sensi: il marketing sonoro

- 2.8.1. Come funziona l'udito?
- 2.8.2. Il suono e le sue qualità
- 2.8.3. Marketing uditivo

2.9. Marketing sensoriale e Neuromarketing

- 2.9.1. Il marketing sensoriale come protagonista dell'esperienza del consumatore
- 2.9.2. Il potere del Neuromarketing in ambito sensoriale
- 2.9.3. Neuromarketing e marketing sensoriale: fattori di differenziazione dell'esperienza d'acquisto

2.10 Marketing sensoriale in pratica

- 2.10.1. Marketing sensoriale e branding
- 2.10.2. Fasi del branding sensoriale
- 2.10.4. Applicazione del marketing sensoriale nelle aziende
- 2.10.5. Casi di successo

Modulo 3. Neuromarketing applicato alle attività commerciali presenziali, al canale online, agli incontri e alle trattative

3.1. Neuromarketing Retail: progettazione ed esecuzione di un lavoro sul campo

- 3.1.1. Lavoro sul campo svolto in Retail e nel commercio al dettaglio in generale
- 3.1.2. Progettazione della ricerca e definizione degli obiettivi (metodologia e contesto)
- 3.1.3. Svolgimento del lavoro sul campo e preparazione del rapporto

3.2. Neuromarketing in ambiente digitale: progettazione ed esecuzione di un lavoro sul campo

- 3.2.1. Lavoro sul campo svolto in ambienti digitali
- 3.2.2. Progettazione della ricerca e definizione degli obiettivi (metodologia e contesto)
- 3.2.3. Svolgimento del lavoro sul campo e preparazione del rapporto

3.3. Neuromarketing applicato agli ambienti istituzionali, al settore pubblico e alla cittadinanza. Progettazione ed esecuzione di un lavoro sul campo

- 3.3.1. Lavoro sul campo svolto in ambienti istituzionali
- 3.3.2. Progettazione della ricerca e definizione degli obiettivi (metodologia e contesto)
- 3.3.3. Svolgimento del lavoro sul campo e preparazione del rapporto

3.4. Ricerca di Neuromarketing nel settore turistico

- 3.4.1. Ricerca sui mercati del turismo in uscita
- 3.4.2. Ricerca nelle destinazioni turistiche (mercati di accoglienza)
- 3.4.3. Ricerca nel canale professionale di Prescrittori, mediatori e grossisti nel settore del turismo

3.5. Conversione dei risultati della ricerca di Neuromarketing in azioni di Marketing all'interno dell'organizzazione

- 3.5.1. Differenze tra elementi e aree analizzate
- 3.5.2. Metodologia per integrare i risultati del Neuromarketing nei processi e nelle azioni di marketing dell'azienda
- 3.5.3. Pianificazione e sistematizzazione dell'uso della ricerca di Neuromarketing in azienda

3.6. Neuromarketing applicato alla progettazione e alla preparazione di riunioni aziendali efficaci

- 3.6.1. Dialogo di gruppo per incontri significativi
- 3.6.2. Definizione degli obiettivi cognitivi e degli aspetti emozionali intrinseci
- 3.6.3. Il valore di determinare quando e quanto

3.7. Neuromarketing applicato allo svolgimento di riunioni aziendali efficaci

- 3.7.1. Assistenti motivati: aspetti emotivi rilevanti
- 3.7.2. Attenzione, interesse, desiderio e azione attraverso il Neuromarketing
- 3.7.3. Risposte razionali e sentimenti che danno forma a un incontro

3.8. Neuromarketing applicato alla gestione delle vendite

- 3.8.1. Creare una cultura delle vendite orientata al Neuromarketing
- 3.8.2. Riunioni di vendita produttive che si abbinano, proteggono, guidano e rafforzano
- 3.8.3. Strategie per selezionare gli obiettivi di vendita tenendo conto di ciò che il Neuromarketing ci dice sui clienti

3.9. I principi della negoziazione alla luce del Neuromarketing

- 3.9.1. Stili di negoziazione con approcci flessibili
- 3.9.2. Ascoltare, chiedere e interpretare. Cosa ci insegna il Neuromarketing
- 3.9.3. Superare gli ostacoli nei processi di negoziazione utilizzando un approccio di Neuromarketing

3.10. Dalla teoria alla pratica come formula di validazione del Neuromarketing

- 3.10.1. Formati per convertire i dati in azioni di marketing operativo
- 3.10.2. Risposte di marketing che si connettono con i sensi del consumatore
- 3.10.3. Neuromarketing come mezzo per ottenere migliori risultati per i consumatori e le aziende



“

Sai distinguere il ruolo della memoria sulle decisioni dei consumatori e come difenderlo attraverso campagne che colpiscano le loro emozioni? Iscriviti a questo Esperto Universitario e scoprirai come farlo"

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:



Materiali 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.



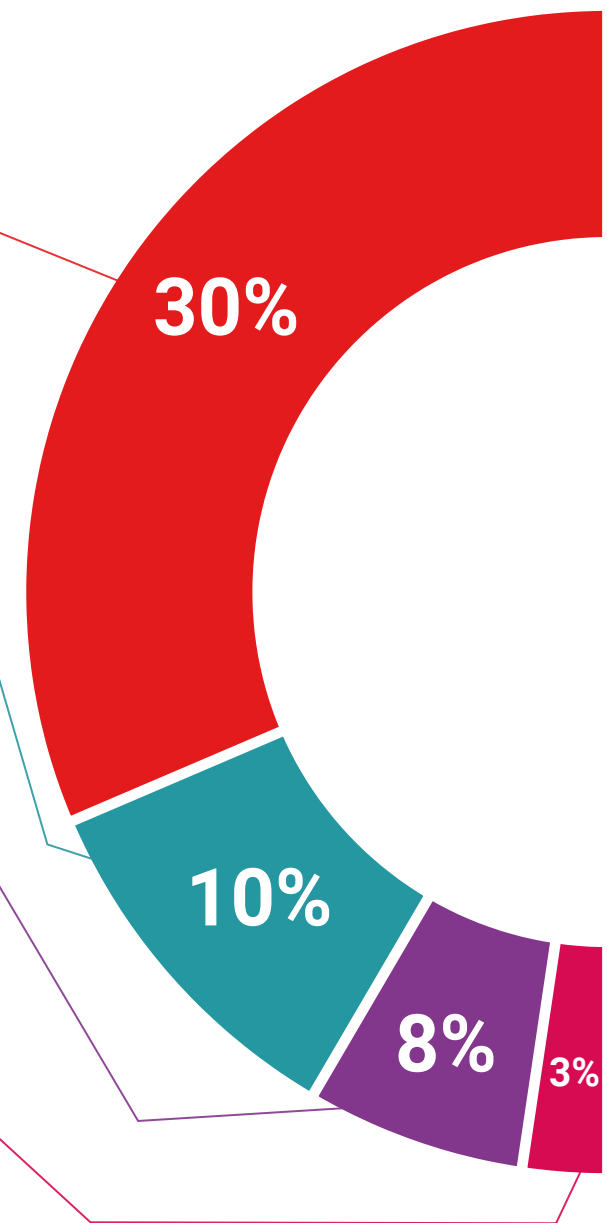
Stage di competenze manageriali

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

L'Esperto Universitario è rivolto a Laureati e Diplomati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle successive qualifiche nel campo delle Scienze Sociali, Giuridiche, Amministrative ed Economiche.

La presenza di studenti provenienti da profili accademici diversi contribuisce ad apportare a questo programma un approccio multidisciplinare.

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





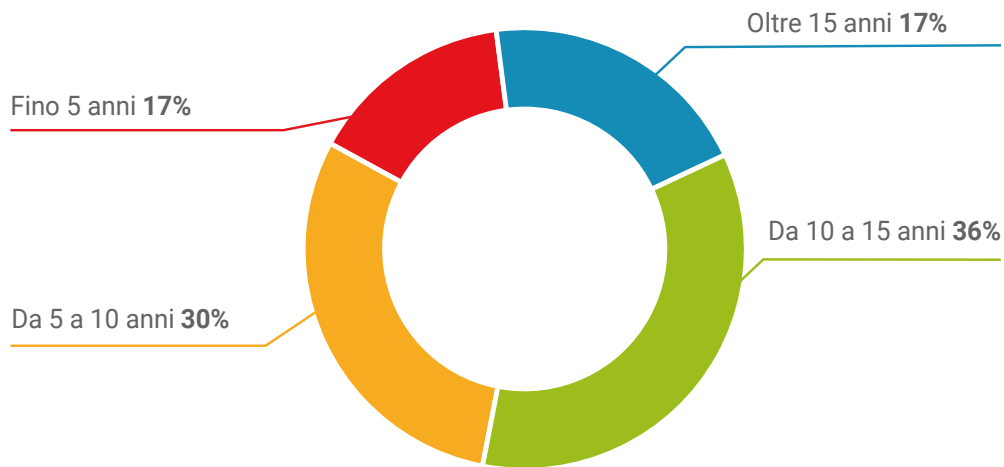
“

Un programma adattato alle esigenze di tutti i professionisti che, a prescindere dalla loro preparazione accademica, desiderano raggiungere il successo nel campo del Neuromarketing”

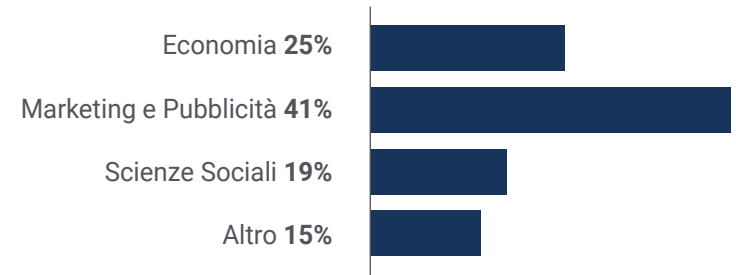
Età media

Da **35** a **45** anni

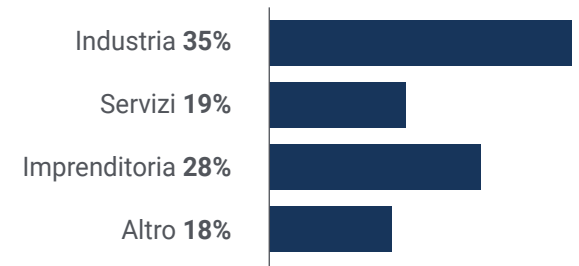
Anni di esperienza



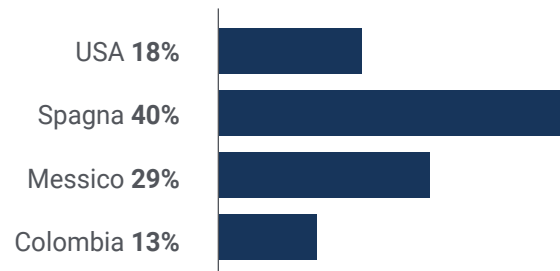
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Ana Jiménez

CEM presso Digita

"Da quando mi sono laureata in Economia Aziendale, il Marketing è stata la mia prima e unica scelta. Tuttavia, anche se ho lavorato in questo settore per più di 10 anni, sentivo che volevo e potevo aspirare a qualcosa di più. Per questo motivo, e dopo l'ascesa del Neuromarketing, ho deciso di concentrarmi su questo settore, scegliendo come guida TECH. Si è rivelata una delle migliori decisioni che abbia mai preso nella mia vita, poiché, grazie a questo Esperto Universitario, non solo mi sono potuta specializzare in questo settore, ma ho anche acquisito le necessarie capacità di leadership che sono molto apprezzate nelle aziende e che mi hanno aiutato a proiettare la mia carriera nella posizione che occupo oggi"

08

Direzione del corso

TECH ha scelto di includere in questo programma un personale docente specializzato nel campo del Neuromarketing e caratterizzato, oltre che dalla qualità umana e professionale, da un'ampia e lunga carriera nella gestione di progetti internazionali di successo. Si tratta di un'équipe che ha lavorato per anni analizzando gli aspetti psicologici dei consumatori, ottenendo una visione ampia e specializzata del loro comportamento, nonché delle diverse tendenze emerse. Pertanto, lo studente avrà l'opportunità di approfondire questi aspetti, acquisendo una conoscenza unica basata sulla propria esperienza.



“

Un personale docente esperto di Neuromarketing Commerciale sarà a tua disposizione per rispondere a tutte le tue domande durante l'esperienza accademica"

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
- ◆ Corso post-laurea in Marketing Strategico presso la Scuola di Marketing di Rio de Janeiro

Dott.ssa Parra Devia, Mariana Sofía

- ◆ Collaboratrice del Dipartimento Tecnico di Fusión Lab Neuromarketing
- ◆ Esaminatrice Psicoeducativa
- ◆ Rappresentante del Servizio Assistenza Clienti Sutherland
- ◆ Community Manager presso Johanna Posada Curvy e Gee.Geestore
- ◆ Laurea in Psicologia presso l'Università del Norte in Colombia
- ◆ Diploma in Leadership ed Educazione Emotiva di Flich
- ◆ Corso di Community Management di Domestika

Dott.ssa Pizarro Díaz, Cristina

- ◆ Vicedirettore di filiale presso il Banco Santander
- ◆ Doppia Laurea in Economia Aziendale e Gestione del Turismo presso l'Università di Estremadura (UNEX)
- ◆ Certificazione MIFID II in Consulenza Finanziaria
- ◆ Specialista in Neuromarketing presso la INEAF Business School
- ◆ Esperto in Marketing digitale IAB Spagna

09

Impatto sulla tua carriera

L'altissimo livello che gli studenti acquisiranno grazie a questo Esperto Universitario che li aiuterà a proiettare la loro carriera verso le posizioni più prestigiose nel settore del Neuromarketing, diventando una risorsa che li farà emergere in qualsiasi processo di selezione del personale. L'inserimento di questa specializzazione nel proprio curriculum vitae non solo permetterà di dimostrare un alto grado di specializzazione in questo settore, ma fornirà anche gli aspetti chiave per sviluppare le competenze di un vero specialista in questo campo commerciale.



“

La crescita qualitativa di cui la tua carriera ha bisogno per avere successo nel Marketing attraverso la pianificazione strategica di progetti basati sulla sensorialità"

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

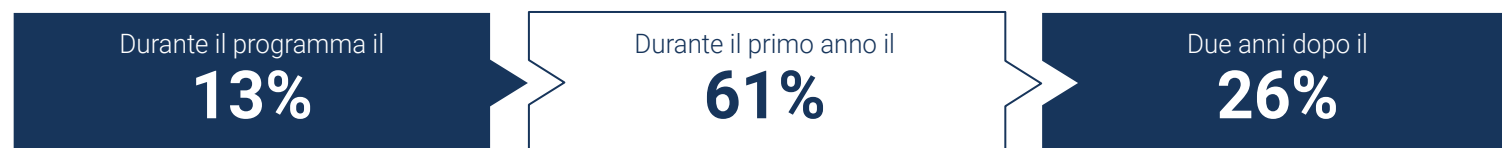
L'Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare sfide e decisioni aziendali nell'ambito del Commercio e del Marketing. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

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

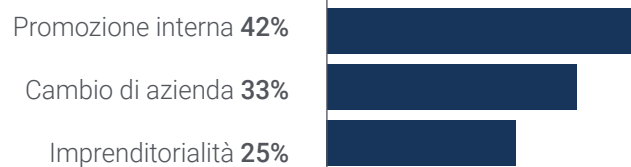
Lavorerai per acquisire le strategie più complete per la progettazione e l'esecuzione del lavoro sul campo per i contesti istituzionali, del settore pubblico e della cittadinanza.

Il programma include storie di successo basate su progetti di marketing internazionali, in modo che tu possa visualizzare le fasi del marchio sensoriale e del branding nella pratica.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

Dopo aver conseguito questa specializzazione, aumenteranno le possibilità di ottenere un aumento di stipendio di circa il **26,24%**



10

Benefici per la tua azienda

Gli studenti che superano tutti i requisiti di questo Esperto Universitario avranno acquisito una serie di competenze di leadership uniche, quelle del manager del futuro, preparato ad affrontare sfide e obiettivi complessi. Inoltre, acquisiranno le competenze necessarie per risolvere situazioni di crisi e saranno in grado di fornire all'azienda di cui fanno parte una qualità del lavoro e una professionalità che la faranno crescere e la collocheranno tra le migliori del settore del Neuromarketing Commerciale nell'ambiente attuale.



“

Disporrai delle conoscenze necessarie per posizionare l'azienda di cui fai parte ai massimi livelli, applicando le migliori strategie di Neuromarketing Sensoriale a qualsiasi progetto pubblicitario che gli venga presentato"

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 reale 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

L'Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

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

Questo **Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale** 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 **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

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

Titolo: **Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale**

N° Ore Ufficiali: **450 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.



Esperto Universitario Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale

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

Esperto Universitario

Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale

