

# Esperto Universitario

## Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Organizzativo





## Esperto Universitario Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Organizzativo

- » 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-organizzativo](http://www.techtitute.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-tecnologia-sensorialita-neuromarketing-organizzativo)

# 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. 20*

06

Metodologia

---

*pag. 28*

07

Profilo dei nostri studenti

---

*pag. 36*

08

Direzione del corso

---

*pag. 40*

09

Impatto sulla tua carriera

---

*pag. 44*

10

Benefici per la tua azienda

---

*pag. 48*

11

Titolo

---

*pag. 52*

# 01 Benvenuto

Il business di oggi è diventato una continua battaglia che mette ogni giorno migliaia di aziende l'una contro l'altra nella fornitura di prodotti e servizi. Per tale ragione, sia offline che digitale, non è mai stato così importante come oggi, in quanto è diventato uno strumento indispensabile per concordare strategie che si adattino alle tendenze del mercato. Tuttavia, all'interno di questo settore, la progettazione di esperienze commerciali differenzianti e focalizzate sulle reali esigenze del consumatore è diventata una tecnica che fortifica il suo impegno nei confronti del marchio. Per questo motivo, e affinché gli studenti in questo settore possano svolgere un'attività di altissimo livello, TECH ha sviluppato un programma completo in modalità 100% online incentrato sulla sensorialità del Neuromarketing, una specializzazione grazie alla quale lo studente riuscirà a padroneggiare la tecnologia per l'attività organizzativa in soli 6 mesi.



Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Organizzativo.  
TECH Università Tecnologica

“

*Sei alla ricerca di una specializzazione che dia alla tua carriera una svolta di 180° verso il successo aziendale? Opta per questo programma e diventerai un esperto in Neuromarketing Organizzativo”*

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

L'elevata richiesta di professionisti che padroneggino le principali aree del Neuromarketing, soprattutto in relazione all'attività organizzativa, è ciò che ha portato TECH a sviluppare questo Esperto Universitario. L'obiettivo è quello di fornire allo studente le informazioni più esaustive e innovative relative a quest'area in termini di pratica aziendale attuale, concentrandosi sulle basi neurologiche e tecnologiche che stanno definendo le tendenze del business odierno. Lo studente avrà l'opportunità di lavorare per 6 mesi sull'ampliamento delle proprie conoscenze e all'adattamento del proprio profilo professionale alle esigenze del mercato del lavoro.



“

*Lavorerai con le tecniche neurocognitive più efficaci per attirare l'attenzione del consumatore e raggiungere la sua consapevolezza attraverso campagne pubblicitarie focalizzate esclusivamente sulle sue esigenze"*

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

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

01

Approfondire le conoscenze fondamentali sul cervello e il suo utilizzo nello sviluppo di tecniche di Neuroscienze applicate

04

Esaminare i processi della memoria e la loro influenza sulla scelta del prodotto nel Neuromarketing

02

Identificare i diversi tipi di neuroni e distinguere le parti del sistema nervoso e il modo in cui influenzano il processo decisionale degli acquirenti

03

Determinare i processi di attenzione e coscienza e la loro influenza sul Neuromarketing

05

Analizzare il funzionamento e la rilevanza della PET nel Neuromarketing



06

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

08

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



09

Valutare l' *eye-tracking* come tecnica delle Neuroscienze applicate

07

Presentare la metodologia della fMRI e MRI nelle neuroscienze applicate

10

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

11

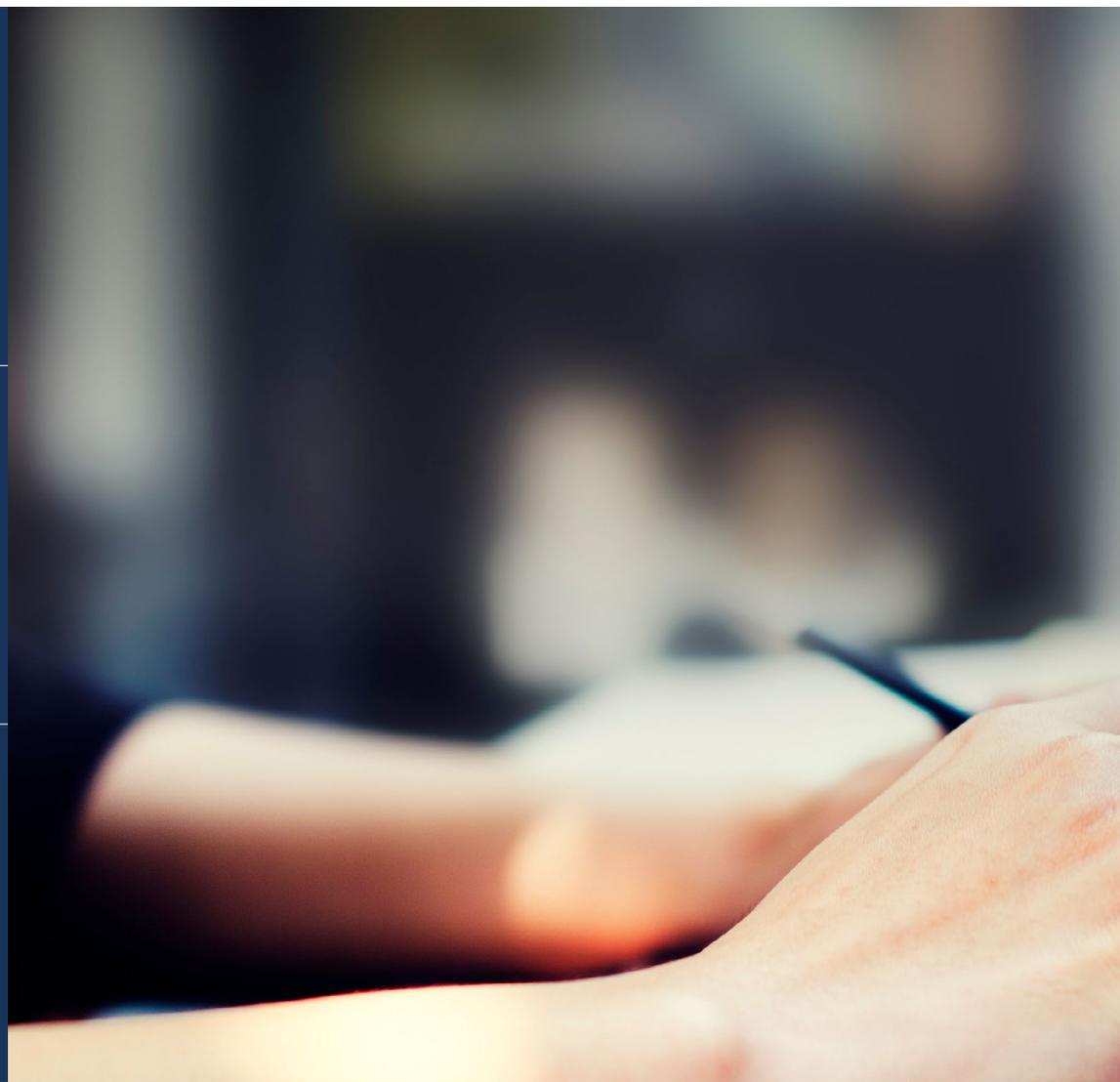
Dimostrare la relazione tra il sistema sensoriale e le sue caratteristiche con il comportamento d'acquisto per comprendere il cliente e diventare una marca rilevante nel mercato

12

Analizzare i principali sensi del corpo umano con un approccio pratico dal punto di vista del business e del brand

13

Identificare le opportunità di strategia commerciale e pubblicitaria basate sul Marketing sensoriale e sul Neuromarketing





14

Valutare casi di applicazione del Marketing sensoriale, stabilendo relazioni tra teoria e pratica

15

Sviluppare e proporre approcci per l'applicazione del Marketing sensoriale e del Neuromarketing nelle marche e nelle aziende

16

Identificare le caratteristiche importanti dei sensi e delle emozioni umane, mettendole in relazione con il comportamento dei consumatori

05

# Struttura e contenuti

TECH progetta tutte le sue qualifiche utilizzando l'innovativa ed efficace metodologia Relearning, che combina la reiterazione dei concetti più importanti del programma con la risoluzione di casi pratici basati su situazioni reali, consentendo allo studente di acquisire una conoscenza ampia e specializzata senza dover investire ulteriore tempo nella memorizzazione. Inoltre, tutti i programmi sono supportati da ore di materiale aggiuntivo di alta qualità grazie al quale sarà possibile approfondire ogni sezione, oltre a contestualizzare le informazioni in modo garantito.



“

*Nel Campus Virtuale di questo Esperto Universitario troverai video dettagliati, articoli di ricerca, letture complementari e molto altro materiale aggiuntivo per approfondire ogni sezione del programma"*

## Piano di studi

TECH impiega centinaia di ore nella progettazione di ciascuno dei suoi piani di studio, al fine di riunire le informazioni più complete e innovative del settore in cui si inserisce, nonché di adattare alla migliore metodologia didattica, in modo che lo studente non debba investire ore extra nella memorizzazione, bensì acceda ad un'esperienza accademica dinamica e all'avanguardia al massimo livello. Pertanto, gli studenti che decideranno di iscriversi all'Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Organizzativo, avranno accesso ad una specializzazione con la quale otterranno la garanzia di raggiungere il grado di specializzazione dei migliori professionisti.

Il programma prevede 450 ore dei migliori contenuti teorici, pratici e aggiuntivi grazie ai quali sarà possibile approfondire aspetti come le basi neurologiche e tecnologiche applicate al Neuromarketing, la connessione con i sensi del consumatore da un punto

di vista psicologico e l'applicazione di quest'area allo sviluppo organizzativo. Sarà quindi possibile beneficiare di un'attività esperta, contribuendo alla crescita dell'azienda di cui fate parte.

Inoltre, il Piano di studi prevede anche un'elevata componente pratica attraverso la quale lo studente lavorerà alla risoluzione di situazioni complesse che potrebbero presentarsi in ambito commerciale. In questo modo, potrà perfezionare le proprie competenze, implementando nella propria pratica le strategie di gestione più efficaci, che lo posizioneranno come professionista di spicco nell'attuale settore commerciale.

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

### Modulo 1

Basi neurologiche e tecnologia delle Neuroscienze applicate al Neuromarketing

### Modulo 2

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

### Modulo 3

Neuromarketing applicato allo sviluppo organizzativo



### Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Organizzativo 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.** Basi neurologiche e tecnologia delle Neuroscienze applicate al Neuromarketing

**1.1. Il cervello e le sue funzioni nella prospettiva del Neuromarketing**

- 1.1.1. Neuroscienze e conoscenza del cervello con particolare attenzione al Neuromarketing
- 1.1.2. Il cervello, la sua struttura e il suo effetto sul Neuromarketing
- 1.1.3. Processi cognitivi cerebrali legati al processo decisionale dell'acquirente

**1.2. Il sistema nervoso e i neuroni: ruolo nel processo decisionale del consumatore**

- 1.2.1. Sistema nervoso: coinvolgimento nel processo decisionale dell'acquirente
- 1.2.2. Sistema nervoso: tipi di cellule e influenza del Neuromarketing
- 1.2.3. Sistema nervoso: funzionamento e trasmissione delle informazioni nella scelta del prodotto da parte dell'acquirente

**1.3. Processi cognitivi di base: attenzione e consapevolezza del consumatore**

- 1.3.1. L'attenzione e la sua applicazione al Neuromarketing
- 1.3.2. La coscienza e il suo funzionamento in relazione al Neuromarketing
- 1.3.3. La rilevanza dell'attenzione e della consapevolezza nel Neuromarketing

**1.4. Processi cognitivi di base: la memoria dei consumatori**

- 1.4.1. Memoria: funzionamento e classificazione. Implicazioni nel processo decisionale del consumatore
- 1.4.2. Modelli di memoria coinvolti nel Neuromarketing
- 1.4.3. La memoria e il suo funzionamento in relazione al Neuromarketing

**1.5. Tecnologie di neuroimmagine nel Neuromarketing I: Tomografia a Emissione di Positroni (PET)**

- 1.5.1. Tecniche di neuroimmagine
- 1.5.2. PET: funzionamento
- 1.5.3. PET: applicabilità al Neuromarketing

**1.6. Tecnologie di Neuroimmagine nel Neuromarketing II: Risonanza Magnetica Funzionale (fMRI) e Risonanza Magnetica (MRI)**

- 1.6.1. Come funziona la fMRI
- 1.6.2. Come funziona la MRI
- 1.6.3. Utilità della fMRI e della MRI nel Neuromarketing

**1.7. Tecnologie di Neuroimmagine nel Neuromarketing III: Elettroencefalogramma (EEG)**

- 1.7.1. Uso dell'EEG nel processo decisionale del consumatore
- 1.7.2. Applicabilità dell'EEG nel Neuromarketing
- 1.7.3. Confronto tra tecniche di neuroimmagine

**1.8. Tecniche fisiologiche I: Risposta Galvanica (GSR) nella scelta del prodotto**

- 1.8.1. Tecniche fisiologiche nelle neuroscienze applicate
- 1.8.2. GSR: funzionamento
- 1.8.3. GSR e il suo ruolo nel Neuromarketing

**1.9. Tecniche fisiologiche II: Eyetracking e il processo decisionale dei consumatori**

- 1.9.1. Vista: elaborazione delle informazioni con un focus sul Neuromarketing
- 1.9.2. *Eye-tracking*: funzionamento e fattibilità del processo decisionale degli acquirenti
- 1.9.3. *Eye-tracking*: impatto sul Neuromarketing

**1.10. Misure del comportamento del consumatore: *Facial coding***

- 1.10.1. Emozioni: funzioni dalle Neuroscienze
- 1.10.2. Disturbi comportamentali
- 1.10.3. FACS: Funzionamento e applicabilità nel neuromarketing

**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. I sentimenti e le 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 nella pratica**

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

**Modulo 3. Neuromarketing applicato allo sviluppo organizzativo**

<p><b>3.1. Psicologia sociale e conformismo nei team di lavoro. Cultura del Neuromarketing</b></p> <p>3.1.1. In che modo una buona cultura del Neuromarketing può aiutare l'organizzazione</p> <p>3.1.2. Identificazione e interiorizzazione: il valore della condivisione e del coinvolgimento</p> <p>3.1.3. Persuasione centrale e periferica: due percorsi con lo stesso scopo</p>	<p><b>3.2. Cognizione sociale e Neuromarketing</b></p> <p>3.2.1. Influenze contestuali nei domini sociali</p> <p>3.2.2. L'euristiche del giudizio nei gruppi di lavoro</p> <p>3.2.3. Relazioni tra atteggiamenti, credenze e comportamenti</p>	<p><b>3.3. Processi di comunicazione interna di marketing</b></p> <p>3.3.1. L'empatia e l'umiltà sono fuori moda</p> <p>3.3.2. Programmare vs. Improvvisare</p> <p>3.3.3. Affettività ed efficacia nei processi di comunicazione</p>	<p><b>3.4. Diversità cognitiva: pensare e ragionare nell'ambito di un buon sviluppo organizzativo. Il ruolo del Neuromarketing applicato al cliente interno</b></p> <p>3.4.1. Il valore del ragionamento di squadra</p> <p>3.4.2. Il valore della creazione di squadra</p> <p>3.4.3. Il valore dell'apprendimento di squadra</p>
<p><b>3.5. Sindrome di Apollo: sviluppo di ruoli per un team ben funzionante con approcci interni di Neuromarketing</b></p> <p>3.5.1. Sviluppo di strategie d'azione con il Neuromarketing dall'interno dell'organizzazione verso l'esterno</p> <p>3.5.2. Il valore di guardarsi dentro per agire meglio all'esterno, anche all'interno dell'azienda</p> <p>3.5.3. Intelligenza individuale, intelligenza collettiva</p>	<p><b>3.6. Talenti di gruppo, talenti individuali: la combinazione necessaria per un buon sviluppo organizzativo</b></p> <p>3.6.1. Equilibrio nella combinazione tra l'efficace e l'affettivo</p> <p>3.6.2. Risultati vs. Vendite</p> <p>3.6.3. Efficienza vs. Efficacia</p>	<p><b>3.7. Organizzazioni che imparano dai consumatori: attivazione di team che altrimenti non sono giustificati</b></p> <p>3.7.1. Assumere e gestire i processi di dissonanza cognitiva nei nostri team</p> <p>3.7.2. Gestione del processo decisionale prima e dopo il gruppo</p> <p>3.7.3. Osservazione del mercato e metodologia di imparare dagli errori</p>	<p><b>3.8. Aspetti del Neuromarketing che aiutano a comprendere il comportamento degli individui e dei gruppi di lavoro</b></p> <p>3.8.1. Gestire la regola del 50/50 all'interno del gruppo</p> <p>3.8.2. L'assistenza in team come base per l'assistenza ai clienti</p> <p>3.8.3. Il valore dell'empatia nell'era tecnologica</p>
<p><b>3.9. Neuromarketing e comunicazione interna</b></p> <p>3.9.1. La comunicazione interna come investimento e non come spesa</p> <p>3.9.2. Conoscenza e autostima nel processo di ascolto del cliente e del team</p> <p>3.9.3. L'arte di sviluppare emotivamente un team</p>	<p><b>3.10. Conoscenza sperimentata e conoscenza esperienziale, due ingredienti che il Neuromarketing facilita nel loro sviluppo</b></p> <p>3.10.1. Allineare gli approcci di marketing e comunicazione interna con le altre aree dell'azienda</p> <p>3.10.2. Cliente interno, cliente esterno: due facce della stessa medaglia</p> <p>3.10.3. Limiti della tecnologia e valori personali applicati alla gestione del cliente interno</p>		



# 05 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.





“

*L'unico requisito per gli studenti che vogliono ottenere il massimo da questo Esperto Universitario è che desiderino affermarsi nel campo del Neuromarketing attraverso la pratica ai massimi livelli"*

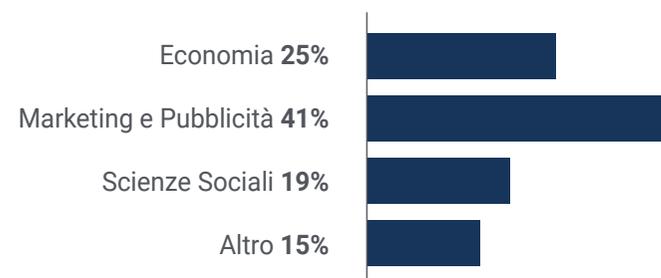
## Età media

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

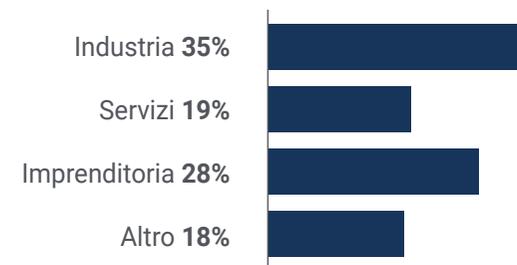
## Anni di esperienza



## Educazione

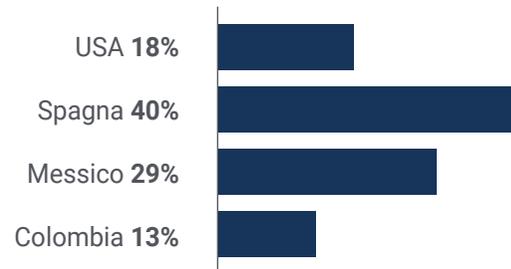


## Profilo accademico



## Distribuzione geografica

---



## Carlos Herrera

---

**Direttore Marketing Digitale**

*"Ho intrapreso questo Esperto Universitario in un momento in cui la mia carriera professionale era davvero stagnante. Avevo bisogno di cambiare, di progredire e di realizzare ciò che avevo sempre sognato: diventare un marketing manager. Così, quando un amico mi ha consigliato questo programma, non ho esitato e oggi, a distanza di tre anni, so che è stata la decisione migliore che potessi prendere, non solo perché sono riuscito a diventare una professionista di alto livello, ma anche perché sono riuscito a superare anche i miei obiettivi più ambiziosi in pochissimo tempo e tutto grazie a TECH"*

08

# Direzione del corso

La progettazione di questo Esperto Universitario è stata effettuata in base al curriculum accademico dei candidati, alla loro esperienza nel campo del Neuromarketing e al loro chiaro impegno nell'attività didattica. Pertanto, lo studente che si iscriverà a questo programma avrà il supporto di un team di specialisti di altissimo livello, che sarà a sua disposizione per rispondere a qualsiasi domanda che possa sorgere durante il corso.



“

*Il personale docente ha selezionato casi di studio basati su situazioni aziendali reali, in modo che tu possa lavorare per perfezionare le tue competenze attraverso i loro consigli esperienziali”*

## 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 Cuesta Iglesias, Miriam

- ♦ Tecnico di laboratorio in Aree di Neuromarketing
- ♦ Coordinatrice dell'Espansione e del Marketing presso il CENTRO COMMERCIALE VIVADecor
- ♦ Istruttrice in programmi aziendali nelle aree del Neuromarketing e del Gestione del Personale
- ♦ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale - ADE presso l'University of Wales
- ♦ Master in Neuromarketing e Comportamento del Consumatore dell'Università Europea Miguel de Cervantes-UEMC
- ♦ Esperto Universitario in Neuromarketing e comportamento del consumatore presso l'Università di Nebrija
- ♦ Membro del Comitato organizzativo del Congresso di Neuromarketing (European Neuromarketing Association - AEN)

### Dott.ssa Duart Llacer, Patricia

- ♦ Specialista in Neuropsicologia e assistenza clinica
- ♦ Ricercatrice scientifica presso Thimus
- ♦ Assistente alla ricerca e all'analisi dei dati presso l'Ospedale Erasmo da Rotterdam
- ♦ Assistente terapeutica presso l'Ospedale NISA di Valencia
- ♦ Istruttrice in azienda in materie Psicologiche
- ♦ Laurea in Psicologia con indirizzo in Neuroscienze presso l'Università di Reading
- ♦ Master in Neuropsicologia presso l'Università di Leiden
- ♦ Master in Gestione e monitoraggio delle sperimentazioni cliniche presso TECH Università Tecnologica



**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

“

*Cogli l'opportunità per conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli alla tua pratica quotidiana"*

09

# Impatto sulla tua carriera

L'esattivo lavoro svolto dai professionisti incaricati di progettare queste esperienze accademiche si traduce nella creazione di programmi di altissimo livello che, oltre a consentire agli studenti di acquisire un insieme unico di conoscenze, li prepara ad affrontare l'attività imprenditoriale più complessa e aggressiva. In questo modo, in soli 6 mesi di preparazione, saranno in grado di adattare il proprio profilo professionale alle più esigenti richieste del mercato, contribuendo a un significativo avanzamento di carriera.



“

*Un programma grazie al quale ti conetterai in modo positivo e altamente efficace con il mercato attuale attraverso il Neuromarketing, la relativa tecnologia e le strategie commerciali più efficaci"*

*Le caratteristiche di questo programma includono l'accesso a una rete internazionale di networking attraverso la quale potrai conoscere il mercato in diverse parti del mondo.*

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

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

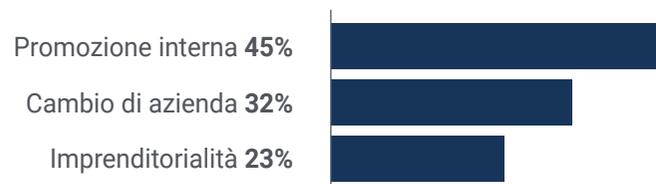
Se vuoi migliorare te stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete di contatti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

*Una specializzazione che ti preparerà ad affrontare con successo scenari di consumo saturi, con un'offerta superiore alla domanda, attraverso le migliori strategie di marketing e i relativi strumenti più efficaci.*

### 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

Qualsiasi azienda che inserisca nel proprio organico un professionista specializzato in Neuromarketing attraverso questa specializzazione potrà garantirsi un'attività commerciale di altissimo livello basata non solo sulle più aggiornate conoscenze del mercato, ma anche su una pratica sicura, dinamica e di altissimo livello. TECH pone particolare attenzione al perfezionamento degli studenti in relazione a una gestione efficace, in modo che possano implementare nelle rispettive entità le competenze necessarie per elevare il livello della loro attività ai vertici del settore.



“

*Svilupperai una visione pratica e realistica delle diverse attività di Neuromarketing, implementando un valore aggiunto al tuo profilo che ti permetterà di distinguerti in qualsiasi processo di selezione del personale"*

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

L'Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Organizzativo 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 Organizzativo** 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 Organizzativo**

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 Organizzativo

- » 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 Organizzativo



**tech** università  
tecnologica