

# Experto Universitario Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

Avalado por:



**tech** global  
university



## Experto Universitario Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**
- » Dirigido a: **Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Ciencias Sociales y Jurídicas, Administrativas y Empresariales, así como a los egresados del ámbito del Marketing y la Publicidad**

Acceso web: [www.techtute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-tecnologia-sensorialidad-neuromarketing-organizacional](http://www.techtute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-tecnologia-sensorialidad-neuromarketing-organizacional)

# Índice

01

Bienvenida

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 6*

03

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 20*

06

Metodología

---

*pág. 28*

07

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 36*

08

Dirección del curso

---

*pág. 40*

09

Impacto para tu carrera

---

*pág. 44*

10

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 48*

11

Titulación

---

*pág. 52*

# 01

# Bienvenida

La actividad comercial actual se ha convertido en una lucha constante que enfrenta cada día a miles de empresas en la oferta de productos y servicios. Por esa razón, el marketing, tanto offline como digital, nunca había sido tan importante como hasta ahora, ya que se ha constituido como una herramienta indispensable para consensuar estrategias que se adapten a las tendencias del mercado. Sin embargo, dentro de esta área, el diseño de experiencias comerciales diferenciadoras y centradas en las verdaderas necesidades del consumidor se ha convertido en una técnica que permite aumentar su compromiso con la marca. Por ello, y con el fin de que los egresados de este sector puedan llevar a cabo una actividad del máximo nivel, TECH ha desarrollado un completo programa 100% online centrado en la sensorialidad del Neuromarketing, una titulación a través de la cual el egresado logrará dominar la tecnología para la actividad organizacional en tan solo 6 meses.



Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional  
TECH Global University



“

*¿Buscas una titulación que le dé a tu carrera un giro de 180° hacia el éxito empresarial? Apuesta, entonces, por este programa y te convertirás en todo un experto en Neuromarketing Organizacional”*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

*TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”*

## En TECH Global University



### Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



### Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

**+100.000**

directivos capacitados cada año

**+200**

nacionalidades distintas



### Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

**+500**

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



### Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



### Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.





TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



### Análisis

---

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



### Excelencia académica

---

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



### Economía de escala

---

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



### Aprende con los mejores

---

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



*En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico*

03

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

*Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”*

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

### **Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno**

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

*El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

02

### **Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa**

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

*Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.*

03

### **Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial**

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

04

### **Asumir nuevas responsabilidades**

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

*El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.*

05

### Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

*Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.*

06

### Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

*El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.*

07

### Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

*Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.*

08

### Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Global University.

*Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.*

# 04 Objetivos

La alta demanda de profesionales que dominen las principales áreas del Neuromarketing, sobre todo en lo referido a la actividad organizacional, es lo que ha llevado a TECH a desarrollar este Experto Universitario. Y es que el objetivo del mismo es aportar al egresado la información más exhaustiva y novedosa relacionada con esta área en función a la práctica empresarial actual, centrándose en las bases neurológicas y de la tecnología que están marcando las tendencias comerciales a día de hoy. Así, podrá trabajar durante 6 meses en la ampliación de sus conocimientos, así como en la adaptación de su perfil profesional a los requisitos del mercado laboral.



“

*Trabajarás con las técnicas neurocognitivas más efectivas para llamar la atención del consumidor y llegar hasta su conciencia a través de campañas publicitarias centradas exclusivamente en sus necesidades”*

**TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.  
Trabajan conjuntamente para conseguirlos.**

El Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional capacitará al alumno para:

01

Fundamentar los conocimientos del cerebro y su uso en el desarrollo de técnicas de Neurociencia aplicada

04

Examinar los procesos de la memoria, y cómo influyen en la elección de un producto en el Neuromarketing

02

Identificar los diferentes tipos de neuronas y distinguir las partes del sistema nervioso y como afectan a la toma de decisiones del comprador

03

Determinar los procesos de la atención y la consciencia, y su influencia en el Neuromarketing

05

Analizar el funcionamiento y la relevancia del PET en el Neuromarketing





06

Presentar la metodología de fMRI y MRI en estudios del Neuromarketing

08

Analizar el funcionamiento de la respuesta galvánica y su relevancia en el Neuromarketing



09

Evaluar el *eye-tracking* como técnica de Neurociencia aplicada

07

Evaluar el electroencefalograma como técnica de neurociencia aplicada

10

Proponer el uso de *Facial-coding* como técnica de Neuromarketing

11

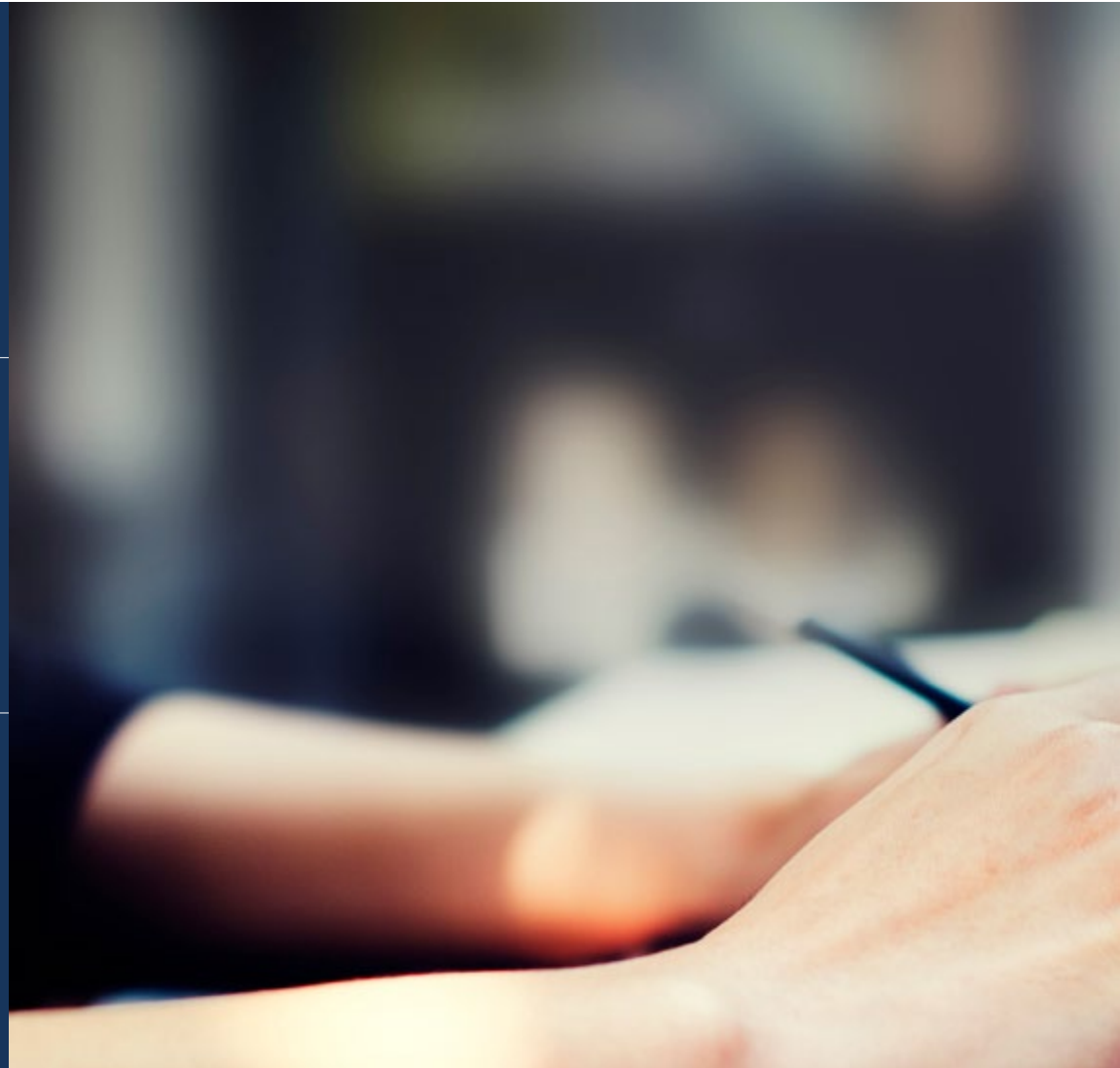
Demostrar la relación del sistema sensorial y sus características con el comportamiento de compra para entender el cliente y ser una marca relevante en el mercado

12

Analizar los principales sentidos del cuerpo humano con un enfoque práctico desde el punto de vista de las empresas y las marcas

13

Identificar oportunidades de estrategia comercial y de publicidad a partir del Marketing sensorial y del Neuromarketing





14

Evaluar casos de aplicación del Marketing sensorial, estableciendo relaciones entre la teoría y la práctica

15

Desarrollar y proponer enfoques de aplicación del Marketing sensorial y Neuromarketing en las marcas y empresas

16

Identificar características importantes de los sentidos y las emociones humanas, relacionándolos con el comportamiento del consumidor

# 05

## Estructura y contenido

TECH diseña la totalidad de sus titulaciones haciendo uso de la novedosa y efectiva metodología Relearning, la cual combina la reiteración de los conceptos más importantes del temario con la resolución de casos prácticos basados en situaciones reales, permitiendo al egresado adquirir un conocimiento amplio y especializado sin tener que invertir tiempo de más en memorizar. Además, la totalidad de los programas se apoyan en horas de material adicional de gran calidad con el cual pueden ampliar cada apartado, así como contextualizar su información de manera garantizada.



“

*En el Campus Virtual de este Experto Universitario encontrarás vídeos al detalle, artículos de investigación, lecturas complementarias y mucho más material adicional para que ahondes en cada apartado del temario”*

## Plan de estudios

TECH emplea en el diseño de cada uno de sus planes de estudio cientos de horas, con el fin de aunar la información más exhaustiva y novedosa del ámbito en el cual se base, así como de adaptarla a la mejor metodología pedagógica para que el egresado no tenga que invertir horas de más en memorizar, sino que asista a una experiencia académica dinámica, vanguardista y del máximo nivel. Por ello, si decide matricularse en este Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional accederá a una titulación con la cual, de manera garantizada, alcanzará el grado de especialización propio de los mejores profesionales.

Y es que el programa incluye 450 horas del mejor contenido teórico, práctico y adicional gracias al cual podrá ahondar en aspectos como las bases neurológicas y de la tecnología aplicadas al Neuromarketing, la conexión con los sentidos del consumidor desde el ámbito psicológico y la aplicación de esta área al desarrollo organizacional. Así, podrá llevar a cabo una actividad experta, contribuyendo al crecimiento de la empresa de la que forme parte.

Pero eso no es todo, ya que el Plan de estudio también incluye un alto componente práctico mediante el cual el alumno trabajará en la resolución de situaciones complejas que se pueden dar en el ámbito comercial. Así, podrá perfeccionar sus competencias, implementando a su praxis las estrategias directivas más efectivas, lo cual lo situarán como un profesional destacado en el sector empresarial actual.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

### Módulo 1

Bases neurológicas y tecnología de Neurociencia aplicada al Neuromarketing

### Módulo 2

Marketing sensorial: la conexión con los sentidos del consumidor desde el ámbito del Neuromarketing

### Módulo 3

Neuromarketing aplicado al desarrollo organizacional



### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional de manera totalmente online. Durante los 6 Meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.*

**Módulo 1.** Bases neurológicas y tecnología de Neurociencia aplicada al Neuromarketing

**1.1. El cerebro y sus funciones desde la perspectiva del Neuromarketing**

- 1.1.1. Neurociencia y conocimientos del cerebro enfocados en el Neuromarketing
- 1.1.2. El cerebro, su estructura y su efecto en el Neuromarketing
- 1.1.3. Procesos cognitivos localizados en el cerebro relacionada con la toma de decisiones del comprador

**1.2. El sistema nervioso y las neuronas: papel en la toma de decisiones del consumidor**

- 1.2.1. Sistema nervioso: implicación en la toma de decisiones del comprador
- 1.2.2. Sistema nervioso: tipos de células y cómo influyen en el Neuromarketing
- 1.2.3. Sistema nervioso: funcionamiento y transmisión de información en la elección de productos del comprador

**1.3. Procesos cognitivos base: la atención y la consciencia del consumidor**

- 1.3.1. La atención y su aplicación al Neuromarketing
- 1.3.2. La consciencia y su funcionamiento relacionado con el Neuromarketing
- 1.3.3. La relevancia de la atención y la consciencia con el Neuromarketing

**1.4. Procesos cognitivos base: la memoria del consumidor**

- 1.4.1. La memoria: funcionamiento y clasificación. Implicación en la toma de decisiones del consumidor
- 1.4.2. Modelos de la memoria implicados en el Neuromarketing
- 1.4.3. La memoria y su relevancia con el Neuromarketing

**1.5. Tecnologías de neuroimagen en Neuromarketing I: Tomografía por Emisión de Positrones (PET)**

- 1.5.1. Técnicas de neuroimagen
- 1.5.2. PET: funcionamiento
- 1.5.3. PET: aplicabilidad al Neuromarketing

**1.6. Tecnologías de Neuroimagen en Neuromarketing II: Imagen por Resonancia Magnética Funcional (fMRI) e Imagen por Resonancia Magnética (MRI)**

- 1.6.1. Funcionamiento fMRI
- 1.6.2. Funcionamiento MRI
- 1.6.3. Utilidad fMRI y MRI en Neuromarketing

**1.7. Tecnologías de neuroimagen en Neuromarketing III: Electroencefalograma (EEG)**

- 1.7.1. Funcionamiento y uso del EEG en la toma de decisiones del consumidor
- 1.7.2. Aplicabilidad de EEG en Neuromarketing
- 1.7.3. Comparativa de las técnicas de neuroimagen

**1.8. Técnicas fisiológicas I: Respuesta Galvánica (GSR) en la elección de un producto**

- 1.8.1. Técnicas fisiológicas de neurociencia aplicada
- 1.8.2. GSR: funcionamiento
- 1.8.3. GSR y su función en el Neuromarketing

**1.9. Técnicas fisiológicas II: Eye-tracking y toma de decisiones del consumidor**

- 1.9.1. La vista: procesamiento de información enfocado en el Neuromarketing
- 1.9.2. Eye-tracking: funcionamiento y aplicabilidad en la toma de decisiones del comprador
- 1.9.3. Eye-tracking: impacto en el Neuromarketing

**1.10. Medidas del comportamiento del consumidor: facial-coding**

- 1.10.1. Emociones: función desde la Neurociencia
- 1.10.2. Medidas de la conducta
- 1.10.3. FACS: Funcionamiento y aplicabilidad en el Neuromarketing



**Módulo 2.** Marketing sensorial: la conexión con los sentidos del consumidor desde el ámbito del Neuromarketing

<p><b>2.1. La experiencia de compra a través del Neuromarketing</b></p> <p>2.1.1. El Neuromarketing centrado en el ser humano</p> <p>2.1.2. La experiencia de compra vista a través del Neuromarketing</p> <p>2.1.3. La importancia de los sentidos en los procesos de decisión de compra</p> <p>2.1.4. Atención y consciencia en el comportamiento del consumidor</p>	<p><b>2.2. Los sentidos y las emociones en el comportamiento de compra</b></p> <p>2.2.1. Procesos racionales y procesos emocionales en el proceso de compra</p> <p>2.2.2. Regla del pico y final</p> <p>2.2.3. Comportamiento de compra: cómo influyen las emociones en los sentidos</p>	<p><b>2.3. El sistema sensorial y su repercusión en los procesos de compra y consumo</b></p> <p>2.3.1. Funcionamiento del sistema sensorial en el comportamiento de compra</p> <p>2.3.2. La comunicación persuasiva y los sentidos</p> <p>2.3.3. La sinestesia y el marketing sensorial</p> <p>2.3.4. ¿Hay otros sentidos?</p> <p>2.3.5. Efecto Bouba/Kiki</p>	<p><b>2.4. Los sentidos: marketing del tacto</b></p> <p>2.4.1. Los poderes del tacto</p> <p>2.4.2. La gran capacidad de las manos</p> <p>2.4.3. Marketing del tacto</p>
<p><b>2.5. Los sentidos. Marketing Visual: el poder de la visión en el consumo</b></p> <p>2.5.1. La visión. Implicación en el consumo</p> <p>2.5.2. La influencia de la luz en las experiencias de compra</p> <p>2.5.3. Los colores en el branding y las ventas</p> <p>2.5.4. Una mirada a través del Neuromarketing</p>	<p><b>2.6. Los sentidos: el marketing olfativo visto a través del Neuromarketing</b></p> <p>2.6.1. El olfato: qué, pero no cómo</p> <p>2.6.2. La memoria y el olfato. Implicación en la experiencia de compra</p> <p>2.6.3. La influencia de los olores en las compras. Aplicación práctica</p> <p>2.6.4. El Marketing olfativo y el Neuromarketing</p>	<p><b>2.7. Los sentidos: el marketing gustativo</b></p> <p>2.7.1. Propiedades funcionales del sabor</p> <p>2.7.2. Los sabores</p> <p>2.7.3. Elementos del marketing gustativo</p>	<p><b>2.8. Los sentidos: el marketing auditivo</b></p> <p>2.8.1. Cómo funciona la audición</p> <p>2.8.2. El sonido y sus cualidades</p> <p>2.8.3. El marketing auditivo</p>
<p><b>2.9. Marketing sensorial y Neuromarketing</b></p> <p>2.9.1. Marketing sensorial como protagonista en la experiencia de consumo</p> <p>2.9.2. El poder del Neuromarketing en el ámbito sensorial</p> <p>2.9.3. Neuromarketing y marketing sensorial: diferenciadores de la experiencia de compra</p>	<p><b>2.10. Marketing sensorial en la práctica</b></p> <p>2.10.1. Marketing sensorial y branding</p> <p>2.10.2. Pasos para la creación de una marca sensorial</p> <p>2.10.4. Aplicación del marketing sensorial en empresas</p> <p>2.10.5. Casos de éxito</p>		

**Módulo 3. Neuromarketing aplicado al desarrollo organizacional**

**3.1. Psicología social y conformismo en los equipos de trabajo. Cultura de Neuromarketing**

- 3.1.1. Cómo ayuda a la organización una buena cultura de Neuromarketing
- 3.1.2. Identificación e interiorización: el valor de compartir e implicar
- 3.1.3. Persuasión central y periférica: dos vías con un mismo propósito

**3.2. La cognición social y el Neuromarketing**

- 3.2.1. Influencias del contexto en ámbitos sociales
- 3.2.2. La heurística del juicio dentro de los grupos de trabajo
- 3.2.3. Relaciones entre actitudes, creencias y conducta

**3.3. Los procesos internos de comunicación en marketing**

- 3.3.1. Empatía y humildad no están de moda
- 3.3.2. Pautar vs. Improvisar
- 3.3.3. Afectividad y efectividad en los procesos de comunicación

**3.4. Diversidad cognitiva: pensar y razonar dentro de un buen desarrollo organizacional. El papel del Neuromarketing aplicado al cliente interno**

- 3.4.1. El valor de razonar en equipo
- 3.4.2. El valor de crear en equipo
- 3.4.3. El valor de aprender en equipo

**3.5. Síndrome de Apolo: desarrollo de roles para el buen funcionamiento del equipo con enfoques de Neuromarketing interno**

- 3.5.1. Desarrollo de estrategias de actuación con Neuromarketing desde dentro de la organización hacia afuera
- 3.5.2. El valor de mirar más por dentro para actuar mejor por fuera, también dentro de la empresa
- 3.5.3. Inteligencia individual, inteligencia colectiva

**3.6. Talento de grupo, talentos individuales: la necesaria combinación para un buen desarrollo organizacional**

- 3.6.1. Equilibrio en la combinación de lo efectivo y lo afectivo
- 3.6.2. Resultados vs. Ventas
- 3.6.3. Eficiencia vs. Eficacia

**3.7. Organizaciones que aprenden de los consumidores: activar equipos que no se auto justifican**

- 3.7.1. Asumiendo y gestionando los procesos de disonancia cognitiva en nuestros equipos
- 3.7.2. Gestión del antes y el después de la toma de decisiones en el grupo
- 3.7.3. Observación del mercado y metodología de aprendizaje de los errores

**3.8. Aspectos de Neuromarketing que ayudan a entender el comportamiento de individuos y equipos de trabajo**

- 3.8.1. Gestionando la regla del 50/50 dentro del grupo
- 3.8.2. El cuidado del equipo como base del cuidado a los clientes
- 3.8.3. El valor de la empatía en plena era tecnológica

**3.9. Neuromarketing y comunicación interna**

- 3.9.1. Comunicación interna como inversión y no como gasto
- 3.9.2. Conocimiento y autoestima dentro del proceso de escucha al cliente y al equipo
- 3.9.3. El arte de desarrollar un equipo emocionalmente

**3.10. Conocimiento experto y conocimiento vivencial, dos ingredientes a los que el Neuromarketing facilita su desarrollo**

- 3.10.1. Alineación de los enfoques de marketing y comunicación interna con otras áreas de la empresa
- 3.10.2. Cliente interno, cliente externo: dos caras de la misma moneda
- 3.10.3. Límites de la tecnología y valores personales aplicados en la gestión del cliente interno



06

# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”*

## TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

*Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”*



*Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.*



*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

TECH aún de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.*

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



#### Prácticas de habilidades directivas

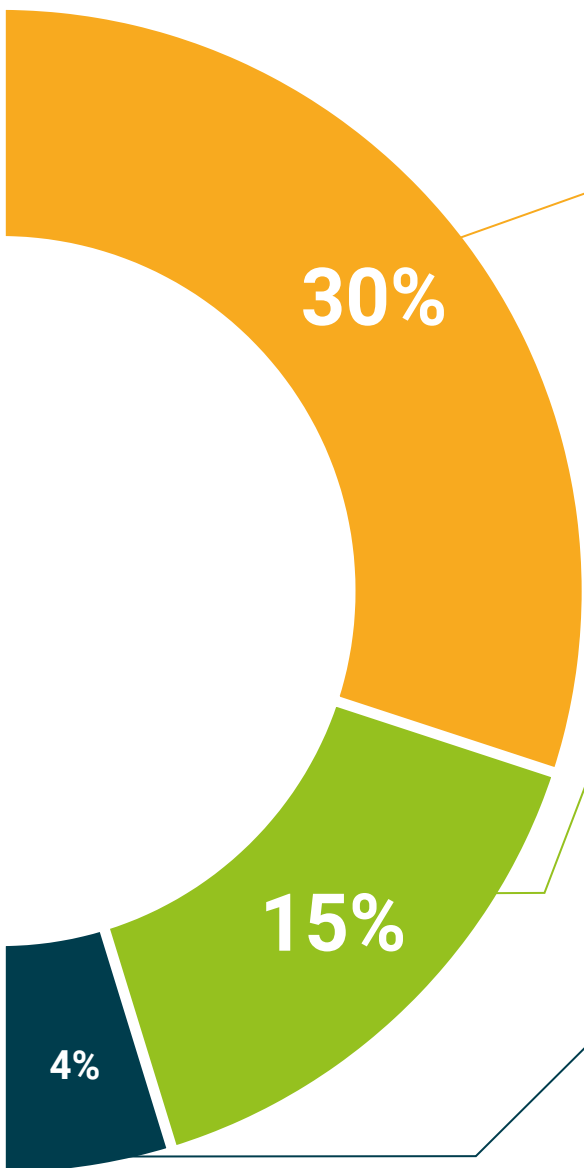
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





#### Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



#### Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

# Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario está dirigido a Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las siguientes titulaciones en el campo de las Ciencias Sociales y Jurídicas, Administrativas y Económicas.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el Experto Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la Publicidad y el Marketing.





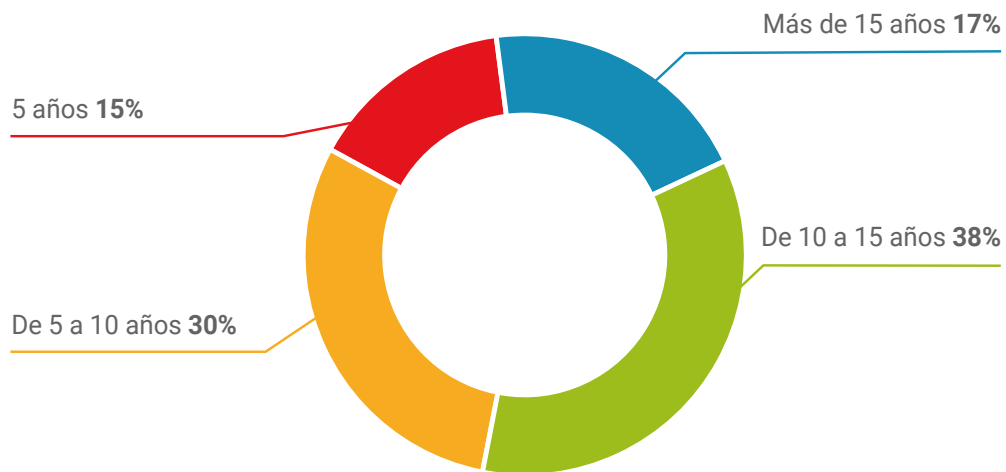
“

*El único requisito que deben poseer los alumnos que quieran sacarle el máximo partido a este Experto Universitario es el de querer triunfar en el área del Neuromarketing a través de una práctica del máximo nivel”*

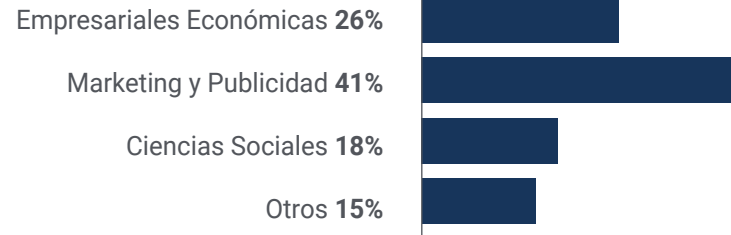
### Edad media

Entre **35** y **45** años

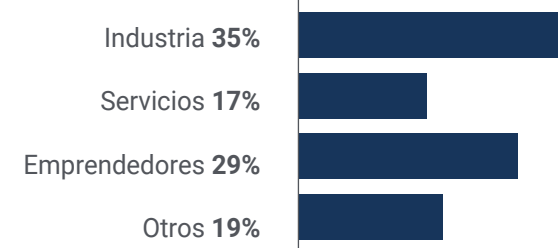
### Años de experiencia



### Formación

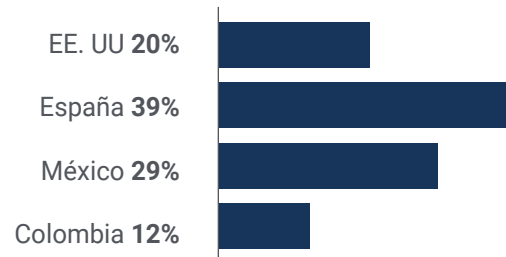


### Perfil académico



## Distribución geográfica

---



## Carlos Herrera

---

Director de Marketing Digital

*"Emprendí el curso de este Experto Universitario en un momento en el que mi carrera profesional estaba francamente estancada. Necesitaba darle un cambio, progresar y conseguir lo que siempre había soñado: convertirme en director de marketing. Así que cuando un amigo me recomendó este programa no lo dudé y hoy, tres años más tarde, sé que fue la mejor decisión que pude haber tomado, no solo porque he logrado convertirme en un profesional del máximo nivel, sino porque he conseguido superar hasta mis objetivos más ambiciosos en muy poco tiempo y todo gracias a TECH"*

08

# Dirección del curso

El diseño del claustro de este Experto Universitario se ha llevado a cabo en función a al currículum académico de los candidatos, su experiencia en el ámbito del Neuromarketing y a su compromiso manifiesto con la actividad docente. Por eso, el egresado que acceda a este programa contará con el apoyo de un equipo de especialistas del máximo nivel, el cual, estarán a su entera disposición para resolver cualquier duda que le surja durante el transcurso de la titulación.





“

*El equipo docente ha seleccionado casos práctico basados en situaciones empresariales reales para que puedas trabajar en el perfeccionamiento de tus competencias a través de sus recomendaciones experienciales”*

## Dirección



### D. Carrascosa Mendoza, Gabriel

- ♦ Investigador y director de Fusión Lab - Laboratorio de Neuromarketing Aplicado
- ♦ Consultor en las áreas de Marketing, Investigación de Mercados, Neuromarketing y Comunicación en la Asociación Europea de Neuromarketing – AEN
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la University of Wales
- ♦ Máster en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad Europea Miguel de Cervantes UEMC
- ♦ Curso de Experto Universitario: Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad Nebrija
- ♦ Curso Técnico en Desarrollo y Aplicaciones de Eye Tracking en Neuromarketing-SMI
- ♦ Miembro Honorario de la AMNAC (Asociación Mexicana de Neuromarketing y Análisis del Consumidor)

## Profesores

### Dña. Cuesta Iglesias, Miriam

- ♦ Técnica de laboratorio en el área de Neuromarketing
- ♦ Coordinadora de Expansión y Marketing en el Centro Comercial Vivadecor
- ♦ Formadora en programas in company en áreas de Neuromarketing y Gestión de Personas
- ♦ Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la University of Wales
- ♦ Máster en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad Europea Miguel de Cervantes-UEMC
- ♦ Experto Universitario en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad Nebrija
- ♦ Miembro del Comité organizador del Neuromarketing Congress (Asociación Europea de Neuromarketing-AEN)

### Dña. Duart Llacer, Patricia

- ♦ Especialista en Neuropsicología y asistencia clínica
- ♦ Investigadora científica en Thimus
- ♦ Asistente de investigación y análisis de datos en el Hospital Erasmus Rotterdam
- ♦ Asistente terapéutico en el Hospital NISA Valencia
- ♦ Formadora in company en temáticas de Psicología
- ♦ Graduada en Psicología con Neurociencias por la Universidad Reading
- ♦ Máster en Neuropsicología por la Universidad de Leiden
- ♦ Máster en Gestión y Monitorización de Ensayos Clínicos por TECH Universidad Tecnológica



**Dña. Alff Machado, Larissa**

- ◆ Especialista en Neuromarketing
- ◆ Consultora y técnica de implementación en Fusión Lab Neuromarketing
- ◆ Graduada en Publicidad por la UNP
- ◆ Máster en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor por la UCM
- ◆ Máster en Marketing Digital por la EAE Business School
- ◆ Postgrado en Marketing Estratégico en la Escuela Superior de Marketing de Rio de Janeiro

“

*Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”*

09

# Impacto para tu carrera

El exhaustivo trabajo que realizan los profesionales encargados de diseñar estas experiencias académicas da como resultado la conformación de programas del máximo nivel que, además de permitir al egresado adquirir una serie de conocimientos únicos, lo preparan para enfrentarse a la actividad empresarial más compleja y agresiva. De esta manera, en tan solo 6 meses de capacitación logran adaptar su perfil profesional a la demanda más exigente del mercado, contribuyendo a un avance significativo de su carrera.



“

*Un programa gracias al cual conectarás de forma positiva y altamente efectiva con el mercado actual a través del Neuromarketing, su tecnología y las estrategias comerciales más efectivas”*

*Entre las características de este programa destaca el acceso a una red internacional de networking a través de la cual podrás conocer cómo está el mercado en las diferentes partes del mundo.*

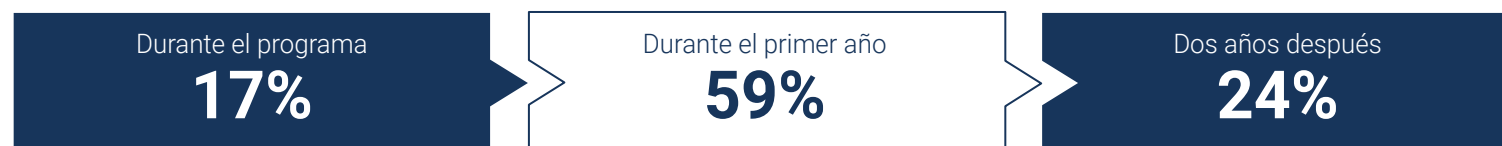
### ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera.

El Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Publicidad y el Marketing. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

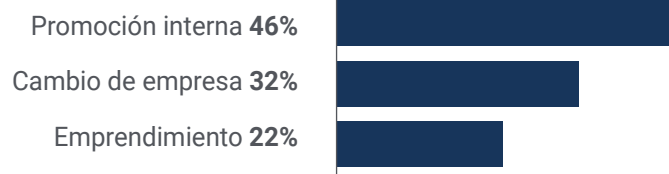
Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

*Una titulación que te preparará para enfrentarte de manera exitosa a escenarios de consumo saturados con más oferta que demanda, a través de las mejores estrategias de marketing y sus herramientas más efectivas.*

### Momento del cambio



### Tipo de cambio



## Mejora salarial

---

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **24,24%**



# 10

## Beneficios para tu empresa

Cualquier empresa que incluya en su plantilla a un profesional especializado en Neuromarketing a través del curso de esta titulación podrá garantizarse una actividad empresarial del máximo nivel basada, no solo en los conocimientos del mercado más actualizados, sino en una práctica segura, dinámica y de un altísimo nivel. Y es que TECH hace especial hincapié en que los alumnos perfeccionen sus competencias en relación a la dirección efectiva, de tal forma que puedan implementar sus respectivas entidades las habilidades necesarias para elevar el nivel de su actividad da la cúspide del sector.





“

*Desarrollarás una visión práctica y realista sobre las distintas actividades del Neuromarketing, implementando a tu perfil un valor añadido que te permitirá destacar en cualquier proceso de selección de personal”*

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

### Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

---

02

### Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

---

04

### Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

### **Desarrollo de proyectos propios**

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o desarrollo de negocio de su compañía.

---

06

### **Aumento de la competitividad**

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

# Titulación

El Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Global University.



“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

**TECH Global University**, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (**boletín oficial**). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional**

ECTS: **18**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**





## Experto Universitario Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

# Experto Universitario

## Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

Avalado por:



**tech** global  
university