

**#SER LIBRE ES
DIPLOMARSE CON ÉXITO**



DIPLOMADO

**NEUROCIENCIAS
DEL CONSUMIDOR**



**REACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL**

**MULTICAMPUS 2021-2027
ALTA CALIDAD**
Resolución MEN n.º 015865 (25-02-2021)

Educación Continuada



Neurociencias del consumidor

El diplomado en Neurociencia del Consumidor de la Universidad Libre tiene como propósito fundamental enseñar a través de una metodología teórica-práctica las herramientas y aportes que la Neurociencia ha venido sumando en el entendimiento de los consumidores. Aprendiendo y utilizando las últimas técnicas y metodologías para llevar a cabo un estudio de mercado.

El mundo de los negocios cada vez está demandando profesionales en marketing y ventas más preparados. Estudiando el Diplomado en Neurociencia del Consumidor, el profesional logrará obtener las herramientas necesarias para desarrollar una investigación neuro, interpretando valencias emocionales que le permita asesorar a las empresas sobre sus próximas inversiones en materia de publicidad y medios.

El cuerpo docente del diplomado tiene una gran trayectoria empresarial e investigativa trabajando para grandes marcas como Bimbo, Legacy, Philips, Walmart y para agencias de investigación como Ipsos, Millward Brown, Compass consulting entre otras.

NEUROCIENCIA APLICADA AL MARKETING

Conocer las bases neurocientíficas del Neuromarketing, la psicología del consumidor, la ética y deontología profesional del Neuromarketing.

MARKETING Y BRANDIN

Interpretar los elementos acerca de la investigación de mercados con Inteligencia Empresarial, estrategias de venta basadas en neurociencia aplicada, el marketing digital en la Neurociencia del consumidor, taller práctico de diagramación y composición de estímulos publicitarios

NEUROTECNOLOGÍA APLICADA

Apropiar tecnologías aplicadas en el Neuromarketing (Offline y Online), Eye tracking, Facial coding, Electroencefalografía (EEG) Respuesta galvánica de la piel (GSR), Protocolo de reclutamiento y consentimiento informado, Gestión y análisis de datos, Diseño de informes

Metodología

El diplomado se desarrolla con presentaciones por parte de los facilitadores, complementado con estudios de caso, talleres, trabajo en equipo, videos, espacios de reflexión, conceptualización y discusión, presentación de escenarios para motivar altos estándares profesionales con una formación integral.

¿A quién va dirigido y resultados esperados?

Profesionales de distintas disciplinas, ejecutivos, empresarios, estudiantes que desean conocer y desarrollar estrategias de investigación de mercados a partir del estudio del comportamiento humano. Luego de cursar el diplomado el egresado estará en la capacidad de diseñar y desarrollar una investigación de mercados a través de una metodología neuro, analizando variables neurocuantitativas y neurocualitativas. Además, podrá diseñar e interpretar una secuencia de estímulos utilizando tecnologías tipo eye tracking (seguimiento ocular) y facial coding (reconocimiento facial) con el propósito de desarrollar pretest publicitarios para las empresas.

El estudiante egresado del diplomado podrá reconocer las teorías con soporte científico para el correcto desarrollo de una investigación basada en Neurociencia del consumidor. Reconocerá las diferentes tecnologías que se utilizan en una investigación basada en Neurociencia del consumidor. Interpretar señales sensoriales con la intención de analizar los niveles de emocionalidad y engagement correspondiente a los estímulos publicitarios.



ingenieria.comercial.pei@unilibre.edu.co
educacioncontinuada.pei@unilibre.edu.co