



# Esperto Universitario Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 18 ECTS
- » 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-commericiale

## Indice

Benvenuto

02

Perché studiare in TECH?

03

Perché scegliere il nostro programma?

Obiettivi

pag. 4

pag. 6

pag. 10

pag. 14

05

Struttura e contenuti

pag. 22

06

Metodologia

pag. 30

Profilo dei nostri studenti

pag. 38

80

Direzione del corso

pag. 42

Impatto sulla tua carriera

pag. 46

Benefici per la tua azienda

pag. 50

**Titolo** 

# 01 **Benvenuto**

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









#### In TECH Global University



#### **Innovazione**

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

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



#### Massima esigenza

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

**II** 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



#### Networking

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

+100.000

+200

manager specializzati ogni anno

nazionalità differenti



#### **Empowerment**

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

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



#### **Talento**

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

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



#### **Contesto Multiculturale**

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

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.



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



#### **Analisi**

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

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia

di apprendimento online. L'università unisce il metodo

Relearning (una metodologia di apprendimento post-

tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto

laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello

internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio



il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



#### Economia di scala

Eccellenza accademica

accademico nel quale è inserito.

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



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





e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera





### tech 12 | Perché scegliere il nostro programma?

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



## Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

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



## 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.



## Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.



#### Assumerai nuove responsabilità

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

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



#### Accesso a una potente rete di contatti

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

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



## Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

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

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



#### Migliorerai le soft skills e competenze direttive

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

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



#### Farai parte di una comunità esclusiva

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

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





#### tech 16 | Obiettivi

TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti. Lavoriamo insieme per raggiungerli.

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



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



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



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





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



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



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



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



09

Valutare l'elettroencefalogramma come tecnica applicata alle Neuroscienze



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



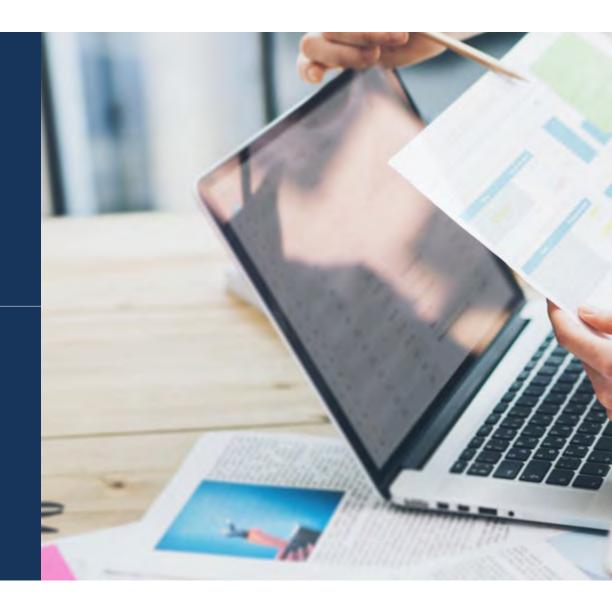
Analizzare il funzionamento della risposta galvanica e la sua importanza per il Neuromarketing



Valutare l'eye-tracking come tecnica applicata alle Neuroscienze



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







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



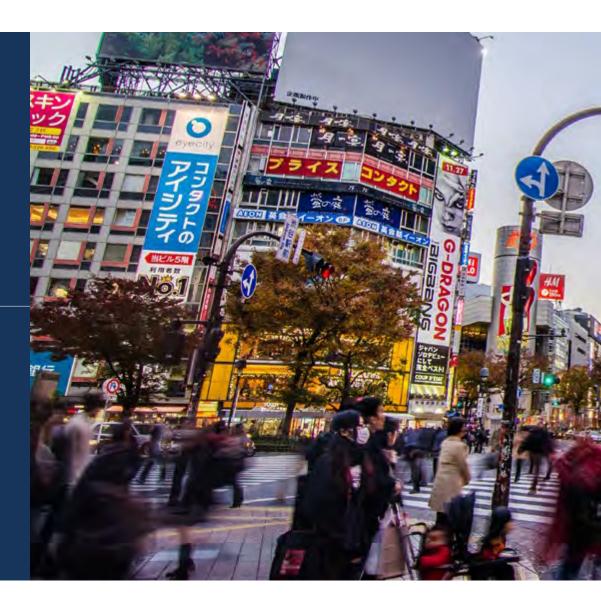
Generare linee di azione congiunte tra i processi di implementazione del neuromarketing e i processi di *Design Thinking* in azienda



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



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



## Obiettivi | 21 **tech**





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





#### tech 24 | Struttura e contenuti

#### Piano di studi

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

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

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

Questo Esperto Universitario ha la durata di 6 mesi e si divide in 3 moduli: Modulo 1

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

Modulo 2

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

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



#### Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale completamente online. Durante i 6 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

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

1.9.4. Comportamento di aiuto in

ambito commerciale

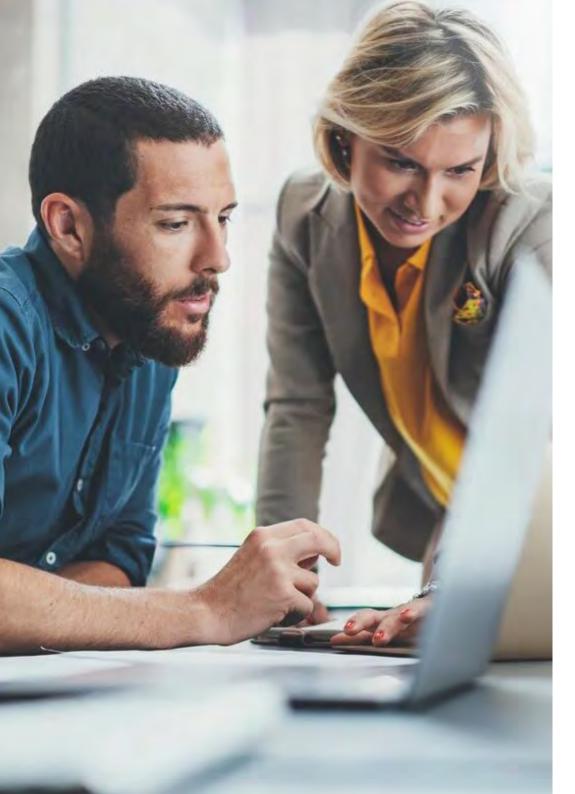
#### Modulo 1. Psicologia del consumatore: l'impatto della memoria e della personalità sui processi di acquisto 1.2. Teorie della personalità relative al 1.3. La personalità e il comportamento 1.4. Psicografia: valori, personalità 1.1. Aspetti psicologici legati al comportamento del consumatore comportamento d'acquisto del consumatore e stili di vita. Come influenza il comportamento dei consumatori 1.1.1. Analisi e contributi della psicologia al 1.2.1. Teoria psicodinamica 1.3.1 Il consumatore come individuo comportamento del consumatore 1.2.2. Teoria umanistica 1.3.2. Aspetti della personalità 1.4.1. Valori come influenza nel comportamento 1.1.2. Il nucleo psicologico: i processi interni 1.2.3. Teoria dei tratti 1.3.3. Personalità e comprensione del dei consumatori 1.2.4. Tratti di personalità e comportamento del del consumatore comportamento del consumatore 1.4.2. Metodi di ricerca sulla personalità 1.1.3. Comprensione e comportamento consumatore 1.4.3. Parametri di comportamento e stile di vita del consumatore 1.4.4. Psicografia: combinazione di valori, personalità e stili di vita 1.7. Educazione dei consumatori e 1.5. La memoria come influenza 1.6. Il ruolo della memoria nelle 1.8. Studi di attribuzione. Una visione interna nel comportamento dei decisioni dei consumatori cambiamento di atteggiamento panoramica dal punto di vista del consumatori consumatore 1.6.1. Evocazione di ricordi 1.7.1. Gli atteggiamenti 1.7.2. Modelli strutturali degli atteggiamenti 1.5.1. In che modo il cervello codifica le 1.6.2. Memoria ed emozione 1.8.1. Teoria dell'attribuzione 1.6.3. Memoria e contesto 1.7.3. Definizione dell'atteggiamento informazioni? 1.8.2. Dinamiche sensoriali della percezione 1.5.2. Sistemi di memoria 1.6.4. Memoria ed esperienza di acquisto percepita 1.7.4. Strategie di cambiamento di atteggiamento 1.8.3. Elementi della percezione 1.5.3. Associazioni: In che modo la memoria 1.8.4. Educazione dei consumatori sulle immagini registra le informazioni? 1.5.4. Memoria e recupero 1.10. Il processo decisionale del 1.9. Il comportamento di aiuto come facilitatore del benessere nel consumatore comportamento dei consumatori 1.10.1. La componente cognitiva nel processo decisionale del consumatore 1.9.1. Il comportamento di aiuto 1.10.2. Implicazioni strategiche per le decisioni 1.9.2. Costi e benefici dei consumatori 1.9.3. Fornire o richiedere assistenza

1.10.3. Comportamento di acquisto: oltre la

decisione

<ul> <li>2.1.1. L'esperienza di acquisto attraverso il Neuromarketing</li> <li>2.1.1. Il Neuromarketing focalizzato sull'essere umano</li> <li>2.1.2. L'esperienza di acquisto dal punto di vista del Neuromarketing</li> <li>2.1.3. L'importanza dei sensi nel processo decisionale d'acquisto</li> <li>2.1.4. Attenzione e coscienza nel comportamento del consumatore</li> </ul>	<ul> <li>2.2. Il potere delle emozioni nel comportamento dei consumatori</li> <li>2.2.1. Processi razionali ed emotivi nel processo di acquisto</li> <li>2.2.2. Regola del picco e della parte finale</li> <li>2.2.3. Comportamento di acquisto: in che modo le emozioni influenzano i sensi?</li> </ul>	<ul> <li>2.3. Il sistema sensoriale e il suo impatto sui processi di acquisto e consumo</li> <li>2.3.1. Funzionamento del sistema sensoriale nel comportamento d'acquisto</li> <li>2.3.2. La comunicazione persuasiva e i sensi</li> <li>2.3.3. Sinestesia e marketing sensoriale</li> <li>2.3.4. Ci sono altri sensi?</li> <li>2.3.5. Effetto Bouba/Kiki</li> </ul>	<ul><li>2.4. I sensi: il marketing del tatto</li><li>2.4.1. I poteri del tatto</li><li>2.4.2. La grande capacità delle mani</li><li>2.4.3. Marketing del tatto</li></ul>
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	<ul> <li>2.6. I sensi: il marketing olfattivo visto attraverso il Neuromarketing</li> <li>2.6.1. L'olfatto: cosa, ma non come</li> <li>2.6.2. Memoria e olfatto. Implicazioni nell'esperienza di acquisto</li> <li>2.6.3. L'influenza degli odori negli acquisti. Applicazione pratica</li> <li>2.6.4. Marketing dell'olfatto e neuromarketing</li> </ul>	<ul><li>2.7. I sensi: il marketing del gusto</li><li>2.7.1. Proprietà funzionali dell'aroma</li><li>2.7.2. I sapori</li><li>2.7.3. Elementi di marketing del gusto</li></ul>	2.8. I sensi: il marketing sonoro 2.8.1. Come funziona l'udito? 2.8.2. Il suono e le sue qualità 2.8.3. Marketing uditivo
2.9. Marketing sensoriale e Neuromarketing 2.9.1. Il marketing sensoriale come protagonista dell'esperienza del consumatore 2.9.2. Il potere del Neuromarketing in ambito sensoriale 2.9.3. Neuromarketing e marketing sensoriale: fattori di differenziazione dell'esperienza d'acquisto	2.10 Marketing sensoriale in pratica 2.10.1. Marketing sensoriale e branding 2.10.2. Fasi del branding sensoriale 2.10.4. Applicazione del marketing sensoriale nelle aziende 2.10.5. Casi di successo		

Modulo 3. Neuromarketing applicato alle attività commerciali presenziali, al canale online, agli incontri e alle trattative									
	progettazione ed esecuzione di un lavoro sul campo	3.2.1. 3.2.2. 3.2.3.	obiettivi (metodologia e contesto)	3.3.1. 3.3.2. 3.3.3.	istituzionali Progettazione della ricerca e definizione degli obiettivi (metodologia e contesto)	3.4.2.	settore turistico Ricerca sui mercati del turismo in uscita		
	Conversione dei risultati della ricerca di Neuromarketing in azioni di Marketing all'interno dell'organizzazione  Differenze tra elementi e aree analizzate Metodologia per integrare i risultati del Neuromarketing nei processi e nelle azioni di marketing dell'azienda Pianificazione e sistematizzazione dell'uso della ricerca di Neuromarketing in azienda	3.6.1. 3.6.2. 3.6.3.	Neuromarketing applicato alla progettazione e alla preparazione di riunioni aziendali efficaci Dialogo di gruppo per incontri significativi Definizione degli obiettivi cognitivi e degli aspetti emozionali intrinseci Il valore di determinare quando e quanto	3.7.1. 3.7.2. 3.7.3.	Neuromarketing applicato allo svolgimento di riunioni aziendali efficaci  Assistenti motivati: aspetti emotivi rilevanti Attenzione, interesse, desiderio e azione attraverso il Neuromarketing Risposte razionali e sentimenti che danno forma a un incontro		Neuromarketing applicato alla gestione delle vendite Creare una cultura delle vendite orientata al Neuromarketing Riunioni di vendita produttive che si abbinano, proteggono, guidano e rafforzano Strategie per selezionare gli obiettivi di vendita tenendo conto di ciò che il Neuromarketing ci dice sui clienti		
3.9. 3.9.1 3.9.2 3.9.3	I principi della negoziazione alla luce del Neuromarketing Stili di negoziazione con approcci flessibili Ascoltare, chiedere e interpretare. Cosa ci insegna il Neuromarketing Superare gli ostacoli nei processi di negoziazione utilizzando un approccio di Neuromarketing	3.10.1 3.10.2	Dalla teoria alla pratica come formula di validazione del Neuromarketing  Formati per convertire i dati in azioni di marketing operativo  Risposte di marketing che si connettono con i sensi del consumatore  Neuromarketing come mezzo per ottenere migliori risultati per i consumatori e le aziende						





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



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*.



#### tech 32 | Metodologia

#### 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 scuoten 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.

#### tech 34 | Metodologia

#### 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.



#### Metodologia | 35 tech

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

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

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

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale. Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



#### Materiale di studio

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

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



#### Master class

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

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



#### Stage di competenze manageriali

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



#### Letture complementari

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



#### Casi di Studio

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

#### Riepiloghi interattivi



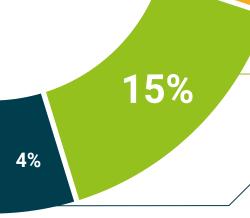
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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

#### **Testing & Retesting**



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

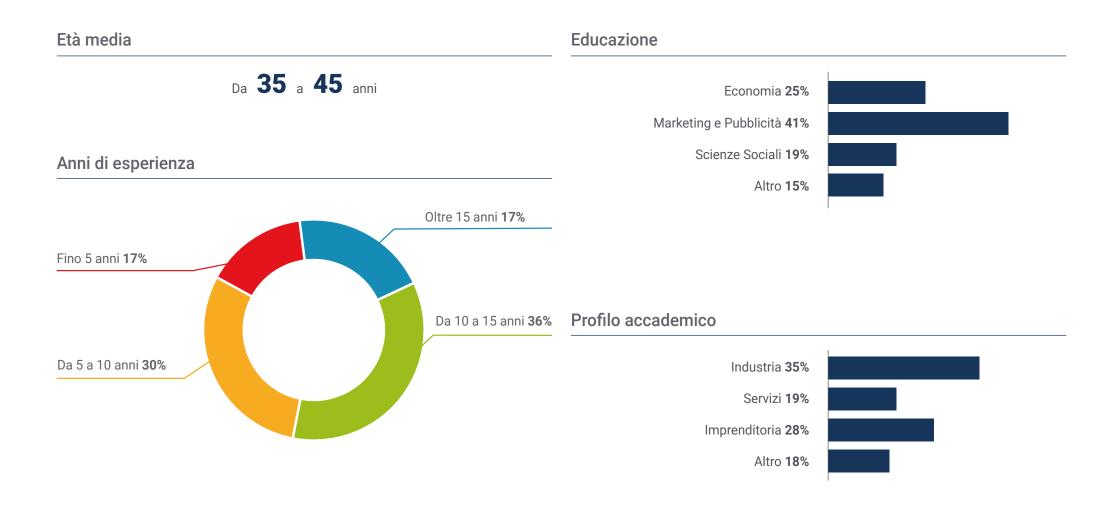


30%

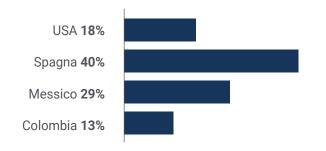




## tech 40 | Profilo dei nostri studenti



### Distribuzione geografica





# Ana Jiménez

#### **CEM presso Digita**

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





## tech 44 | Direzione del corso

#### Direzione



### Dott. Carrascosa Mendoza, Gabriel

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



#### Personale docente

#### Dott.ssa Alff Machado, Larissa

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

#### Dott.ssa Parra Devia, Mariana Sofía

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

#### Dott.ssa Pizarro Díaz, Cristina

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





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

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

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

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

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

#### Momento del cambiamento

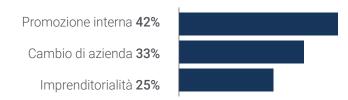
Durante il programma il **13%** 

Durante il primo anno il

61%

Due anni dopo il **26%** 

## Tipo di cambiamento



## Miglioramento salariale

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

Salario precedente

52.000 €

Incremento salariale del

26,24%

Salario posteriore

65.644 €





## tech 52 | Benefici per la tua azienda

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



#### Crescita del talento e del capitale intellettuale

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



# 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.



### Creare agenti di cambiamento

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



# Incremento delle possibilità di espansione internazionale

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



## Sviluppo di progetti propri

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



## Aumento della competitività

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







## tech 56 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

**TECH Global University** è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra (*bollettino ufficiale*). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale

Modalità: online

Durata: 6 mesi

Accreditamento: 18 ECTS



Dott \_\_\_\_\_\_ con documento d'identità \_\_\_\_\_\_ ha superation successo e ottenuto il titolo di:

#### Esperto Universitario in Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale

Si tratta di un titolo di studio privato corrispondente a 450 horas di durata equivalente a 18 ECTS, con data di inizio dd/mm/aaaa e data di fine dd/mm/aaaa.

TECH Global University è un'università riconosciuta ufficialmente dal Governo di Andorra il 31 de gennaio 2024, appartenente allo Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA).

In Andorra la Vella, 28 febbraio 2024



<sup>\*</sup>Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH Global University effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



# Esperto Universitario Tecnologia e Sensorialità nel Neuromarketing Commerciale

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 18 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

