

Certificat Avancé

Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial





Certificat Avancé Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: diplômés de l'université et ceux qui ont déjà obtenu un diplôme dans le domaine des sciences sociales et juridiques, de l'administration et des affaires ainsi qu'aux diplômés dans le domaine du marketing et de la publicité.

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-technologie-sensorialite-neuromarketing-commercial

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Structure et contenu

page 22

06

Méthodologie

page 30

07

Profil de nos étudiants

page 38

08

Direction de la formation

page 42

09

Impact sur votre carrière

page 46

10

Bénéfices pour votre
entreprise

page 50

11

Diplôme

page 54

01 Accueil

Stimuler les sens en lançant des campagnes publicitaires qui encouragent l'établissement de liens émotionnels entre la marque et le consommateur est devenu une stratégie de marketing très populaire sur le marché actuel. Outre le fait qu'elles permettent d'atteindre le public cible de manière plus personnalisée, elles favorisent une communication efficace, créant un lien étroit et, par conséquent, un grand impact sur le public. Ces techniques font partie du neuromarketing sensoriel commercial, un aspect sur lequel ce diplôme se concentre et grâce auquel les diplômés seront en mesure d'obtenir une vision réaliste et critique de leur mise en œuvre dans l'activité commerciale d'aujourd'hui. TECH propose une expérience académique 100% en ligne qui leur permettra de se spécialiser dans ce domaine en seulement 6 mois, en maîtrisant à la perfection les stratégies de gestion de la psychologie du consommateur et l'importance de la connexion de ses sens avec le processus d'achat.



Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial.
TECH Université Technologique



“

Si vous cherchez un programme qui vous donne les moyens de vous spécialiser dans le Neuromarketing sensoriel, où que vous soyez et à votre rythme, ce programme est fait pour vous"

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande école de commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise"

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université propose un modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, bénéficiant de la plus haute reconnaissance internationale, qui fournira aux étudiants les clés pour évoluer dans un monde en constante évolution, où l'innovation doit être l'engagement essentiel de tout entrepreneur.

« *Histoire de Succès Microsoft Europe* » pour avoir incorporé un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95% | des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Chez TECH, des professionnels du monde entier participent, de sorte que les étudiants pourront créer un vaste réseau de contacts qui leur sera utile pour leur avenir.

+100 000 | dirigeants formés chaque année
+200 | nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500 | accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de mettre en avant leurs intérêts et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous apprendrez à connaître la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore la pensée critique, le questionnement, la résolution de problèmes et les compétences interpersonnelles des étudiants.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de Cas. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



Chez TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique"

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre la porte à un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

Ce programme apportera une multitude d'avantages aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, ils acquerront les compétences nécessaires pour opérer un changement positif dans leur carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre un aperçu approfondi de la gestion générale afin de comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le même désir d'évoluer. Ainsi, les partenaires, les clients ou les fournisseurs peuvent être partagés.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté de TECH Université Technologique.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Le développement de ce programme a été réalisé avec l'objectif que le diplômé puisse accéder au contenu théorique, pratique et additionnel le plus avant-gardiste qui lui permettra de se spécialiser, en seulement 6 mois, dans le Neuromarketing commercial, ainsi que dans la gestion de sa technologie la plus avant-gardiste et la plus complexe. Grâce à un programme d'études très exigeant, tout professionnel sera en mesure d'atteindre ses objectifs les plus élevés et un enseignement diplômant adapté à ses besoins et présenté dans un format pratique et accessible 100% en ligne.



“

Vous plongerez dans les concepts les plus avant-gardistes de la personnalité et du comportement du consommateur grâce à la connaissance des théories les plus efficaces pour la pratique du Neuromarketing”

**TECH considère les objectifs de ses étudiants comme les siens.
Ils collaborent pour les atteindre.**

Le **Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial** vous permettra de:

01

Compiler les processus d'analyse des opportunités de marché, évaluer les besoins changeants de l'environnement qui démontrent la nécessité d'aligner de manière cohérente les actions d'un plan de marketing avec les résultats des études de Neuromarketing

04

Identifier le comportement d'achat des consommateurs dans les différents canaux de distribution physiques et numériques

02

Développer une vision commune des plans d'action basés sur le neuromarketing avec les valeurs de l'organisation, ce qui permettra de spécifier des objectifs généraux et spécifiques, ainsi que d'analyser et de mesurer les résultats du neuromarketing appliqué

03

Établir des formules de travail qui incluent l'application des connaissances en neuromarketing pour créer, définir et transmettre au marché cible les valeurs de l'organisation en accord avec les objectifs et les principes éthiques de l'organisation

05

Évaluer et justifier le rôle des émotions dans les processus de décision d'achat des consommateurs afin de générer une expérience de marque pour l'utilisateur



06

Présenter la convergence des neurosciences et du marketing et identifier les différentes technologies et techniques utilisées dans la discipline du neuromarketing

08

Présenter la méthodologie de l'IRMf et de l'IRM dans les études de neuromarketing

09

Évaluer l'électroencéphalogramme en tant que technique de neuroscience appliquée

07

Compiler les avantages et les inconvénients des techniques de Neuromarketing, proposer les principes éthiques de leur utilisation et examiner les défis de ces techniques

10

Analyser le fonctionnement de la réponse galvanique et sa pertinence dans le neuromarketing



11

Évaluer l'eye-tracking en tant que technique de neuroscience appliquée

12

Proposer l'utilisation du *facial-coding* comme technique de neuromarketing





13

Démontrer l'utilité de l'application des éléments de la *Visual Thinking* dans les rapports finaux avec les résultats du neuromarketing

14

Générer des lignes d'action communes entre les processus de mise en œuvre du neuromarketing et les processus de *Design Thinking* dans l'entreprise

15

Évaluer les processus de réalisation d'un travail de terrain en neurosciences de la consommation pour éviter les biais afin d'accroître l'utilité des résultats obtenus

16

Développer et proposer des approches pour l'application de cette recherche dans les processus de consommation des services publics par les citoyens





17

Déterminer les principales variables à étudier chez les acteurs de la chaîne des services touristiques, en séparant les aspects cognitifs, macro-environnementaux et émotionnels-sentimentaux

05

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial a été conçu par l'équipe pédagogique, car étant des spécialistes versés dans le domaine de la Psychologie, ils savent en détail quelles sont les informations que l'étudiant doit maîtriser pour devenir compétent dans ce domaine. Ainsi, en seulement 450 heures de contenu théorique, pratique et complémentaire, vous pourrez obtenir une vision large et exhaustive des derniers développements dans ce domaine, contribuant à votre projection professionnelle grâce à une formation 100% en ligne.



“

Le programme idéal pour apprendre à connaître la psychographie en tant qu'influence sur le comportement des consommateurs, grâce aux méthodes de recherche sur la personnalité les plus pointues et les plus efficaces”

Plan d'études

Le programme de ce Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial a été conçu par TECH et une équipe d'experts en Psychologie et Commerce, dans le but de réunir, en un seul programme, toutes les informations dont le diplômé a besoin pour maîtriser, en seulement 6 mois de formation 100% en ligne, les clés de ce domaine afin de mener à bien une pratique professionnelle au plus haut niveau commercial.

Sur cette base, ils ont sélectionné 450 heures des meilleurs contenus théoriques, pratiques et complémentaires basés sur les derniers développements du secteur actuel, grâce auxquels l'étudiant pourra approfondir des aspects tels que l'impact de la mémoire sur les processus d'achat, les fondamentaux et les outils de l'étude de marché ou les bases neurologiques et technologiques appliquées au Neuromarketing commercial, entre autres.

En outre, le certificat de ce programme vous aidera à mettre en pratique vos compétences, en perfectionnant celles dont vous aurez besoin pour réussir dans le monde des affaires: compétences en leadership, résolution de problèmes, gestion de la pression, conception de plans de réussite, contrôle du temps, etc. Cela vous permettra de faire face à n'importe quelle offre d'emploi en toute confiance, faisant de vous le candidat idéal pour occuper les postes les plus prestigieux dans les entités internationales dans différents domaines dans le contexte commercial d'aujourd'hui.

Ce Certificat Avancé se déroule sur 6 mois et est divisé en 3 modules:

Module 1

Psychologie du consommateur: impact de la mémoire et de la personnalité sur les processus d'achat

Module 2

Marketing sensoriel: faire appel aux sens du consommateur dans le domaine du neuromarketing

Module 3

Le neuromarketing appliqué aux activités commerciales en face à face, au canal en ligne, aux réunions et aux négociations



Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial entièrement en ligne. Pendant les 6 mois de spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

Une expérience éducative unique, clé et décisive pour stimuler votre développement professionnel.

Module 1. Psychologie du consommateur: impact de la mémoire et de la personnalité sur les processus d'achat

1.1. Aspects psychologiques liés au comportement du consommateur

- 1.1.1. Analyse et contributions de la psychologie au comportement du consommateur
- 1.1.2. Le noyau psychologique: les processus internes du consommateur
- 1.1.3. Compréhension et comportement des consommateurs

1.2. Théories de la personnalité liées au comportement d'achat

- 1.2.1. Théorie psychodynamique
- 1.2.2. Théorie humaniste
- 1.2.3. La théorie des traits
- 1.2.4. Traits de personnalité et comportement du consommateur

1.3. Personnalité et comportement du consommateur

- 1.3.1. Le consommateur en tant qu'individu
- 1.3.2. Les facettes de la personnalité
- 1.3.3. La personnalité et la compréhension du comportement du consommateur

1.4. Psychographie: valeurs, personnalité et styles de vie. Comment influencent-ils le comportement des consommateurs

- 1.4.1. Les valeurs comme influence sur le comportement des consommateurs
- 1.4.2. Méthodes de recherche sur la personnalité
- 1.4.3. Modèles de comportement et mode de vie
- 1.4.4. Psychographie: combinaison de valeurs, de personnalités et de styles de vie

1.5. La mémoire comme influence interne sur le comportement du consommateur

- 1.5.1. Comment le cerveau code-t-il les informations
- 1.5.2. Systèmes de mémoire
- 1.5.3. Comment la mémoire stocke-t-elle les informations
- 1.5.4. Mémoire et récupération

1.6. Le rôle de la mémoire dans les décisions des consommateurs

- 1.6.1. Rappel des souvenirs
- 1.6.2. Mémoire et émotion
- 1.6.3. Mémoire et contexte
- 1.6.4. Mémoire et expérience d'achat perçue

1.7. Formation et changement d'attitude des consommateurs

- 1.7.1. Les attitudes
- 1.7.2. Modèles structurels d'attitudes
- 1.7.3. Formation de l'attitude
- 1.7.4. Stratégies pour le changement d'attitude

1.8. Études d'attribution. Une vue d'ensemble du point de vue du consommateur

- 1.8.1. La théorie de l'attribution
- 1.8.2. Dynamique sensorielle de la perception
- 1.8.3. Éléments de perception
- 1.8.4. Formation de l'image chez le consommateur

1.9. Le comportement d'aide comme facilitateur du bien-être dans le comportement du consommateur

- 1.9.1. Comportement d'aide
- 1.9.2. Coûts et avantages
- 1.9.3. Donner ou demander de l'aide
- 1.9.4. Comportement en matière d'aide commerciale

1.10. Prise de décision des consommateurs

- 1.10.1. La composante cognitive dans la prise de décision du consommateur
- 1.10.2. Implications stratégiques des décisions des consommateurs
- 1.10.3. Le comportement d'achat: au-delà de la décision

Module 2. Marketing sensoriel: faire appel aux sens du consommateur dans le domaine du neuromarketing**2.1. L'expérience d'achat grâce au neuromarketing**

- 2.1.1. Neuromarketing centré sur l'humain
- 2.1.2. L'expérience d'achat vue par le neuromarketing
- 2.1.3. L'importance des sens dans les processus de décision d'achat
- 2.1.4. Attention et conscience dans le comportement du consommateur de l'entreprise particulières

2.2. Les sens et les émotions dans le comportement d'achat

- 2.2.1. Processus rationnels et processus émotionnels dans le processus d'achat
- 2.2.2. Règle des pics et des fins
- 2.2.3. Comment les émotions influencent-elles les sens

2.3. Le système sensoriel et son impact sur les processus d'achat et de consommation

- 2.3.1. Fonctionnement du système sensoriel dans le comportement d'achat
- 2.3.2. La communication persuasive et les sens
- 2.3.3. Synesthésie et marketing sensoriel
- 2.3.4. Y a-t-il d'autres sens?
- 2.3.5. Effet Bouba/Kiki

2.4. Les sens: le marketing du toucher

- 2.4.1. Les pouvoirs du toucher
- 2.4.2. La grande capacité des mains
- 2.4.3. Marketing du toucher

2.5. Les sens. Marketing visuel: le pouvoir de la vision dans la consommation

- 2.5.1. Vision. Participation à la consommation
- 2.5.2. L'influence de la lumière sur les expériences d'achat
- 2.5.3. Les couleurs dans le branding et les ventes
- 2.5.4. Un regard sur le neuromarketing

2.6. Les sens: le marketing olfactif vu par le neuromarketing

- 2.6.1. L'odeur: quoi, mais pas comment
- 2.6.2. La mémoire et l'odorat. Implication dans l'expérience d'achat
- 2.6.3. L'influence des odeurs sur le shopping. Application pratique
- 2.6.4. Marketing olfactif et neuromarketing

2.7. Les sens: le marketing du goût

- 2.7.1. Propriétés fonctionnelles du goût
- 2.7.2. Saveurs
- 2.7.3. Éléments du marketing du goût

2.8. Les sens: le marketing auditif

- 2.8.1. Comment fonctionne l'audition
- 2.8.2. Le son et ses qualités
- 2.8.3. Marketing auditif

2.9. Marketing sensoriel et neuromarketing

- 2.9.1. Le marketing sensoriel, protagoniste de l'expérience du consommateur
- 2.9.2. La puissance du neuromarketing dans le domaine sensoriel
- 2.9.3. Neuromarketing et marketing sensoriel: les différenciateurs de l'expérience d'achat

2.10. Marketing sensoriel en pratique

- 2.10.1. Marketing sensoriel et stratégie de marque
- 2.10.2. Étapes de la stratégie de marque sensorielle
- 2.10.4. Application du marketing sensoriel dans les entreprises
- 2.10.5. Les Success Stories

Module 3. Le neuromarketing appliqué aux activités commerciales en face à face, au canal en ligne, aux réunions et aux négociations

3.1. Neuromarketing de la vente au détail: conception et l'exécution d'un travail de terrain

- 3.1.1. Travail de terrain réalisé en commerce de détail et commerce de détail en général
- 3.1.2. Conception de la recherche et définition des objectifs (méthodologie et contexte)
- 3.1.3. Réalisation de travaux sur le terrain et rédaction de rapports

3.2. Neuromarketing dans les environnements numériques: conception et réalisation d'un travail de terrain

- 3.2.1. Travail de terrain réalisé dans des environnements numériques
- 3.2.2. Conception de la recherche et définition des objectifs (méthodologie et contexte)
- 3.2.3. Réalisation de travaux sur le terrain et rédaction de rapports

3.3. Le neuromarketing appliqué aux environnements institutionnels, au secteur public et à la citoyenneté. Conception et exécution du travail sur le terrain

- 3.3.1. Travail de terrain réalisé dans des environnements institutionnels publics
- 3.3.2. Conception de la recherche et définition des objectifs (méthodologie et contexte)
- 3.3.3. Réalisation de travaux sur le terrain et rédaction de rapports

3.4. Recherche avec le neuromarketing dans le secteur du tourisme

- 3.4.1. Recherche sur les marchés du tourisme émetteur
- 3.4.2. Recherche dans les lieux de destination touristique (marchés récepteurs)
- 3.4.3. Recherche dans la filière professionnelle des prescripteurs, médiateurs et grossistes dans le secteur du tourisme

3.5. Conversion des résultats de la recherche en neuromarketing en actions de marketing au sein de l'organisation

- 3.5.1. Différences entre les éléments et les zones analysés
- 3.5.2. Méthodologie pour l'intégration des résultats du neuromarketing dans les processus et actions de marketing de l'entreprise
- 3.5.3. Planification et systématisation de l'utilisation de la recherche en neuromarketing dans l'entreprise

3.6. Le neuromarketing appliqué à la conception et à la préparation de réunions d'affaires efficaces

- 3.6.1. Dialogue de groupe pour obtenir des réunions significatives
- 3.6.2. Définir les objectifs cognitifs et les aspects émotionnels inhérents
- 3.6.3. L'intérêt de déterminer quand et combien

3.7. Le neuromarketing appliqué à l'élaboration de réunions d'affaires efficaces

- 3.7.1. Des participants motivés: des aspects émotionnels pertinents
- 3.7.2. Attention, intérêt, désir et action grâce au neuromarketing
- 3.7.3. Réponses rationnelles et sentiments qui façonnent une réunion

3.8. Le neuromarketing appliqué à la gestion des ventes

- 3.8.1. Construire une culture de vente basée sur le neuromarketing
- 3.8.2. Des réunions de vente productives qui égalisent, protègent, guident et responsabilisent
- 3.8.3. Stratégies de sélection des objectifs de vente tenant compte de ce que le neuromarketing nous apprend sur les clients

3.9. Les principes de la négociation à la lumière du neuromarketing

- 3.9.1. Styles de négociation avec des approches flexibles
- 3.9.2. Écouter, interroger, interpréter. Ce que le neuromarketing nous apprend
- 3.9.3. Surmonter les obstacles dans les processus de négociation selon l'approche neuromarketing

3.10. De la théorie à la pratique, une formule de validation pour le neuromarketing

- 3.10.1. Formats pour convertir les données en actions de marketing opérationnel
- 3.10.2. Des réponses marketing qui font appel aux sens du consommateur
- 3.10.3. Le neuromarketing comme moyen d'obtenir de meilleurs résultats pour les consommateurs et les entreprises



“

Pouvez-vous distinguer le rôle de la mémoire dans les décisions des consommateurs et la manière de les défendre par le biais de campagnes qui touchent leurs émotions? Inscrivez-vous à ce Certificat Avancé en et vous découvrirez comment"

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Le Certificat Avancé s'adresse aux diplômés, aux titulaires d'un certificat ou d'un diplôme universitaire qui ont obtenu l'un des diplômes suivants dans le domaine des sciences sociales et juridiques, de l'administration et de l'économie.

La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.

Le Certificat Avancé peut également être suivi par des professionnels qui, étant diplômés de l'université dans n'importe quel domaine, ont deux ans d'expérience professionnelle dans le domaine du commerce publicité et du marketing.





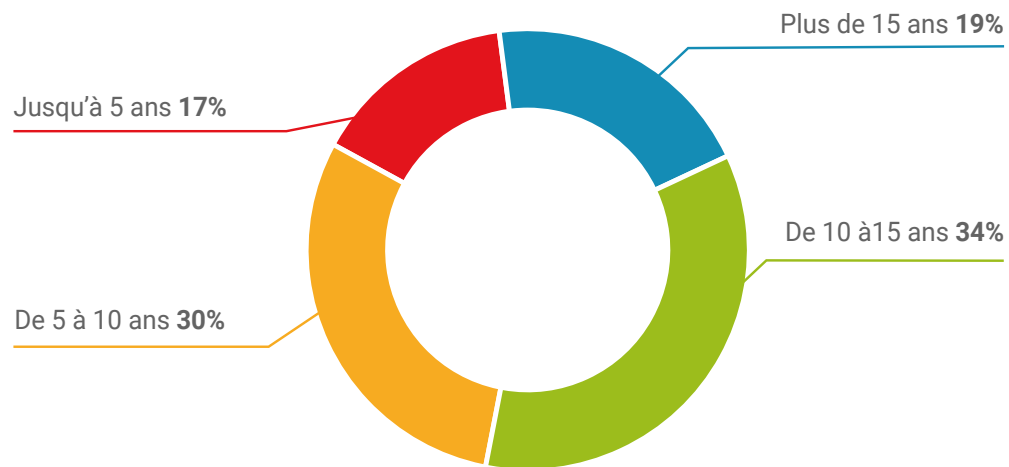
“

Un programme adapté aux besoins de tous les professionnels qui, quel que soit leur parcours académique, veulent réussir dans le Neuromarketing”

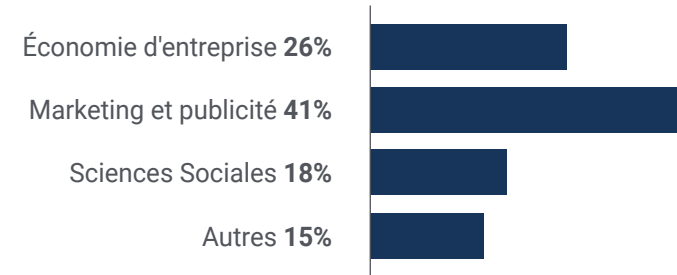
Âge moyen

Entre **35** et **45** ans

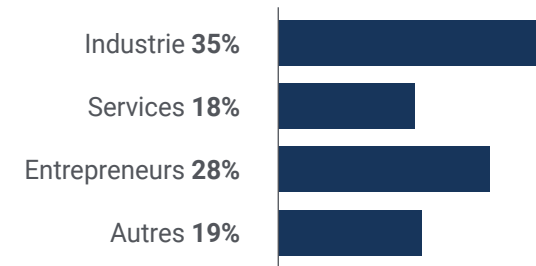
Années d'expérience



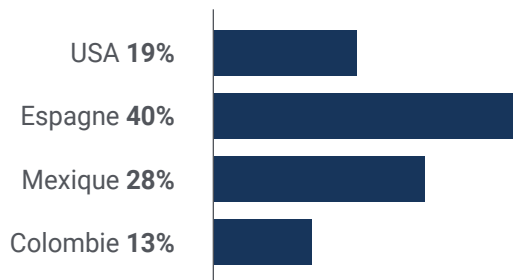
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Ana Jiménez

CEM chez Digita

"Depuis que j'ai obtenu mon diplôme en administration des affaires, le marketing a été mon premier et unique choix. Cependant, bien que je travaille dans ce secteur depuis plus de 10 ans, je sentais que je voulais et pouvais aspirer à plus. C'est pourquoi, après l'essor du neuromarketing, j'ai décidé de me concentrer sur ce domaine, en choisissant la technologie comme guide. Cela s'est avéré être l'une des meilleures décisions que j'ai prises dans ma vie, car grâce à ce Certificat Avancé, j'ai non seulement pu me spécialiser dans ce domaine, mais j'ai également acquis les compétences de leadership nécessaires qui sont si appréciées dans les entreprises et qui m'ont aidé à projeter ma carrière vers la position que j'occupe aujourd'hui"

08

Direction de la formation

TECH a décidé d'inclure dans ce programme une faculté spécialisée dans le domaine du Neuromarketing et caractérisée, en plus de ses qualités humaines et professionnelles, par une longue et vaste carrière dans la gestion de projets internationaux couronnés de succès. Il s'agit d'une équipe qui a travaillé pendant des années à l'analyse des aspects psychologiques des consommateurs, en obtenant une vision large et spécialisée de leur comportement, ainsi que des différentes tendances qui ont émergé. Ainsi, le diplômé sera en mesure d'approfondir ces aspects, en acquérant une connaissance unique basée sur son expérience.



“

Une équipe d'enseignants spécialisés dans le neuromarketing commercial sera à votre disposition pour répondre à toutes les questions que vous vous poserez au cours de votre expérience académique"

Direction



M. Carrascosa Mendoza, Gabriel

- Chercheur et directeur de Fusión Lab - Laboratoire de Neuromarketing Appliqué
- Consultant dans les domaines du marketing, des études de marché, du neuromarketing et de la communication auprès de l'Association européenne de neuromarketing (AEN)
- Diplômé en administration des affaires et en gestion de l'université du Pays de Galles
- Master en Neuromarketing et Comportement du Consommateur à l'Université Européenne Miguel de Cervantes UEMC
- Cours d'expert universitaire: Neuromarketing et comportement du consommateur, Université de Nebrija (Espagne)
- Cours technique sur le développement et les applications de l'Eye Tracking dans le Neuromarketing-SMI
- Membre honoraire de l'AMNAC (Association mexicaine de neuromarketing et d'analyse de la consommation)



Professeurs

Mme Alff Machado, Larissa

- ◆ Spécialiste du neuromarketing
- ◆ Consultant et technicien de mise en œuvre chez Fusión Lab Neuromarketing
- ◆ Diplômé en publicité de l'UNP
- ◆ Maîtrise en neuromarketing et comportement du consommateur par l'UCM
- ◆ Master en marketing numérique de l'EAE Business School
- ◆ Diplôme de troisième cycle en marketing stratégique de l'Escola Superior de Marketing de Rio de Janeiro

Mme Parra Devia, Mariana Sofía

- ◆ Collaborateur du département technique de Fusión Lab Neuromarketing
- ◆ Évaluateur psychopédagogique
- ◆ Représentant du service à la clientèle de Sutherland
- ◆ Community Manager pour Johanna Posada Curvy et Gee.Geestore
- ◆ Diplôme en psychologie de l'Universidad del Norte en Colombie
- ◆ Diplôme en leadership et éducation émotionnelle de Flich
- ◆ Cours de gestion communautaire par Domestika

Mme Pizarro Díaz, Cristina

- ◆ Directeur adjoint d'agence à Banco Santander
- ◆ Double diplôme en administration des affaires et gestion du tourisme de l'Université d'Estrémadure (UNEX)
- ◆ Certification MIFID II en matière de conseil financier
- ◆ Spécialiste en Neuromarketing par l'INEAF Business School
- ◆ Expert en marketing numérique IAB Espagne

09

Impact sur votre carrière

Le très haut niveau que le diplômé acquerra avec ce Certificat Avancé l'aidera à projeter sa carrière vers les postes les plus prestigieux du secteur du Neuromarketing, en devenant un atout qui le distinguera dans tout processus de sélection de personnel. Inclure cette qualification dans votre CV vous permettra non seulement de démontrer un haut degré de spécialisation dans ce domaine, mais vous donnera également les clés pour développer les compétences d'un véritable spécialiste dans ce domaine commercial.



“

Le coup de pouce qualitatif dont votre carrière a besoin pour réussir en marketing grâce à la planification stratégique de projets à base sensorielle"

Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

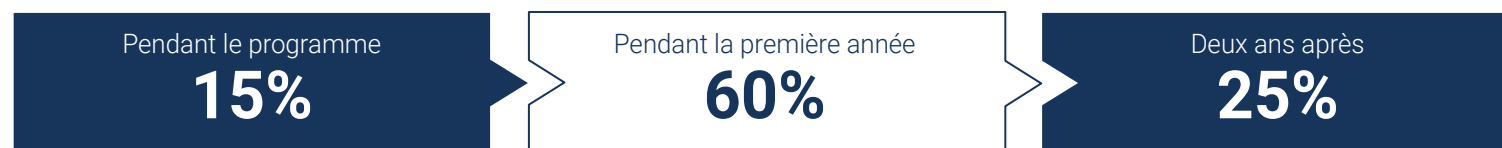
Le Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial de TECH est un programme intensif qui vous prépare à faire face aux défis et aux décisions commerciales dans le domaine du commerce et du marketing. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à réussir.

Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

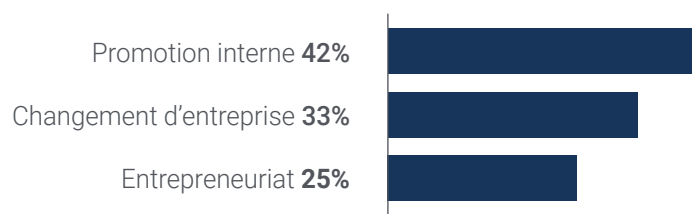
Vous efforcerez d'acquérir les stratégies les plus complètes pour la conception et l'exécution du travail sur le terrain dans des contextes institutionnels, du secteur public et de la citoyenneté.

Le programme comprend des exemples de réussite basés sur des projets de marketing internationaux, afin que vous puissiez visualiser les étapes de la stratégie de marque sensorielle et de la stratégie de marque dans la pratique.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration salariale

Après avoir obtenu ce diplôme, vous augmenterez vos chances d'obtenir une augmentation de salaire d'environ **26,24%**



10

Bénéfices pour votre entreprise

Les diplômés qui satisfont à toutes les exigences de ce Certificat Avancé auront acquis une série de compétences uniques en matière de leadership, celles du manager du futur, préparé à faire face à des défis et à des objectifs complexes. En outre, ils disposeront des compétences nécessaires pour résoudre les situations de crise et seront en mesure de fournir à l'entreprise dont ils font partie une qualité de travail et un professionnalisme qui la feront croître et la placeront parmi les meilleures du secteur du Neuromarketing commercial dans l'environnement actuel.



“

Vous aurez les connaissances nécessaires pour placer l'entreprise dont vous faites partie au plus haut niveau, en appliquant les meilleures stratégies de Neuromarketing sensoriel à tout projet publicitaire qui leur est présenté"

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel, ou développer de nouveaux projets, dans le domaine de la R+D ou le Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



11 Diplôme

Le Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives"

Ce **Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial**

N.º d'heures officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Certificat Avancé

Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Commercial

