

Certificat Avancé

Technologie et Sensorialité
dans le Neuromarketing
Organisationnel





Certificat Avancé Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Organisationnel

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 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.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-technologie-sensorialite-neuromarketing-organisationnel

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 20

06

Méthodologie

page 28

07

Profil de nos étudiants

page 36

08

Direction de la formation

page 40

09

Impact sur votre carrière

page 44

10

Bénéfices pour votre entreprise

page 48

11

Diplôme

page 52

01

Accueil

Aujourd'hui, le monde des affaires est devenu une lutte constante qui oppose chaque jour des milliers d'entreprises les unes aux autres dans la fourniture de produits et de services. C'est pourquoi le marketing, tant hors ligne que numérique, n'a jamais été aussi important qu'aujourd'hui, car il est devenu un outil indispensable pour convenir de stratégies qui s'adaptent aux tendances du marché. Cependant, dans ce domaine, la conception d'expériences commerciales différenciées, axées sur les besoins réels du consommateur, est devenue une technique qui augmente son engagement envers la marque. Pour cette raison, et afin que les diplômés de ce secteur puissent exercer une activité de haut niveau, TECH a développé un programme complet 100% en ligne axé sur la sensorialité du Neuromarketing, une qualification grâce à laquelle le diplômé sera en mesure de maîtriser la technologie pour l'activité organisationnelle en seulement 6 mois.



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

“

Vous êtes à la recherche d'un diplôme qui donnera à votre carrière un virage à 180° vers le succès commercial? Alors optez pour ce programme et vous deviendrez un expert en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Organisationnel”

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

La forte demande de professionnels maîtrisant les principaux domaines du neuromarketing, en particulier en ce qui concerne l'activité organisationnelle, a conduit TECH à développer ce Certificat Avancé. L'objectif est de fournir au diplômé l'information la plus complète et la plus innovante dans ce domaine en termes de pratiques commerciales actuelles, en se concentrant sur les bases neurologiques et technologiques qui définissent les tendances commerciales d'aujourd'hui. Ainsi, vous pourrez travailler pendant 6 mois à l'élargissement de vos connaissances et à l'adaptation de votre profil professionnel aux exigences du marché du travail.

“

Vous travaillerez avec les techniques neurocognitives les plus efficaces pour impliquer les consommateurs et les sensibiliser grâce à des campagnes publicitaires exclusivement axées sur leurs besoins”

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 Organisationnel vous permettra de:

01

Fournir une base de connaissances sur le cerveau et son utilisation dans le développement de techniques de neurosciences appliquées

04

Examiner les processus de mémoire et leur influence sur le choix des produits dans le cadre du neuromarketing

02

Identifier les différents types de neurones et distinguer les parties du système nerveux et la manière dont elles affectent la prise de décision de l'acheteur

03

Déterminer les processus d'attention et de conscience, et leur influence sur le neuromarketing

05

Analyser le fonctionnement et la pertinence du PET dans le neuromarketing



06

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

08

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



09

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

07

Évaluer l'électroencéphalogramme en tant que technique de neuroscience appliquée

10

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

11

Démontrer la relation entre le système sensoriel et ses caractéristiques et le comportement d'achat afin de comprendre le client et d'être une marque pertinente sur le marché

12

Analyser les principaux sens du corps humain avec une approche pratique du point de vue des entreprises et des marques

13

Identifier les opportunités de stratégie commerciale et Publicité basées sur le marketing sensoriel et le neuromarketing





14

Évaluer des cas d'application du marketing sensoriel, en établissant des relations entre la théorie et la pratique

15

Développer et proposer des approches pour l'application du marketing sensoriel et du neuromarketing dans les marques et les entreprises

16

Identifier les caractéristiques importantes des sens et des émotions humaines, en les reliant au comportement des consommateurs

05

Structure et contenu

TECH conçoit toutes ses qualifications en utilisant la méthodologie innovante et efficace du Relearning, qui combine la répétition des concepts les plus importants du programme avec la résolution de cas pratiques basés sur des situations réelles, ce qui permet au diplômé d'acquérir une connaissance large et spécialisée sans avoir à investir du temps supplémentaire dans la mémorisation. En outre, tous les programmes sont étayés par des heures de matériel supplémentaire de haute qualité qui permet d'approfondir chaque section et de contextualiser les informations de manière garantie.



“

Sur le Campus virtuel de ce Certificat Avancé, vous trouverez des vidéos détaillées, des articles de recherche, des lectures complémentaires et bien d'autres supports supplémentaires pour vous permettre d'approfondir chaque section du syllabus”

Plan d'études

TECH consacre des centaines d'heures à la conception de chacun de ses plans d'études, afin de réunir l'information la plus complète et la plus innovante dans le domaine sur lequel il se base, et de l'adapter à la meilleure méthodologie d'enseignement, de sorte que le diplômé n'ait pas à investir des heures supplémentaires dans la mémorisation, mais qu'il assiste à une expérience académique dynamique et d'avant-garde, au plus haut niveau. Par conséquent, si vous décidez de vous inscrire à ce Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Organisationnel, vous obtiendrez un Certificat Avancé avec lequel vous êtes assuré d'atteindre le degré de spécialisation des meilleurs professionnels.

Le programme comprend 450 heures des meilleurs contenus théoriques, pratiques et complémentaires grâce auxquels vous pourrez approfondir des aspects tels que les bases neurologiques et technologiques appliquées au Neuromarketing, la connexion avec les sens du consommateur d'un point de vue psychologique et l'application de ce domaine au développement organisationnel. Vous pourrez ainsi exercer une activité d'expert, contribuant à la croissance de l'entreprise à laquelle vous appartenez.

Mais ce n'est pas tout, car le plan d'études comprend également une forte composante pratique grâce à laquelle l'étudiant travaillera à la résolution de situations complexes pouvant survenir dans la sphère commerciale. De cette façon, ils pourront perfectionner leurs compétences, en mettant en œuvre les stratégies de gestion les plus efficaces dans leur pratique, ce qui les positionnera en tant que professionnels de premier plan dans le secteur des affaires d'aujourd'hui.

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

Module 1.

Bases neurologiques et technologie des neurosciences appliquées au neuromarketing

Module 2.

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

Module 3.

Le neuromarketing appliqué au développement organisationnel



Où, quand et comment cela se déroule?

TECH offre la possibilité de développer ce Certificat Avancé en Technologie et Sensorialité dans le Neuromarketing Organisationnel 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. Bases neurologiques et technologie des neurosciences appliquées au neuromarketing

1.1. Le cerveau et ses fonctions dans une perspective de neuromarketing

- 1.1.1. Connaissance du cerveau axée sur les neurosciences et le neuromarketing
- 1.1.2. Le cerveau, sa structure et son effet sur le neuromarketing
- 1.1.3. Processus cognitifs situés dans le cerveau liés à la prise de décision de l'acheteur

1.2. Le système nerveux et les neurones: rôle dans la prise de décision du consommateur

- 1.2.1. Système nerveux: implication dans la prise de décision des acheteurs
- 1.2.2. Système nerveux: types de cellules et leur influence sur le neuromarketing
- 1.2.3. Système nerveux: fonctionnement et transmission de l'information dans le choix du produit par l'acheteur

1.3. Processus cognitifs de base: attention et conscience du consommateur

- 1.3.1. L'attention et son application au neuromarketing
- 1.3.2. La conscience et son fonctionnement lié au neuromarketing
- 1.3.3. La pertinence de l'attention et de la conscience pour le neuromarketing

1.4. Processus cognitifs de base: la mémoire des consommateurs

- 1.4.1. La mémoire: fonctionnement et classification. Participation à la prise de décision des consommateurs
- 1.4.2. Les modèles de mémoire impliqués dans le neuromarketing
- 1.4.3. La mémoire et sa pertinence pour le neuromarketing

1.5. Les technologies de neuro-imagerie dans le neuromarketing I: Tomographie par émission de positons (TEP)

- 1.5.1. Techniques de neuro-imagerie
- 1.5.2. PET: opération
- 1.5.3. PET: applicabilité au neuromarketing

1.6. Les technologies de neuro-imagerie dans le neuromarketing II: Imagerie par résonance magnétique fonctionnelle (IRMf) et imagerie par résonance magnétique (IRM)

- 1.6.1. IRMf fonctionnelle
- 1.6.2. Opération IRM
- 1.6.3. Utilité de l'IRMf et de l'IRM dans le neuromarketing

1.7. Les technologies de neuro-imagerie dans le neuromarketing III: Electroencéphalogramme (EEG)

- 1.7.1. Fonction et utilisation de l'EEG dans la prise de décision du consommateur
- 1.7.2. Applicabilité de l'EEG dans le neuromarketing
- 1.7.3. Comparaison des techniques de neuro-imagerie

1.8. Techniques physiologiques I: Réponse galvanique (GSR) dans le choix des produits

- 1.8.1. Neurosciences appliquées
- 1.8.2. Techniques physiologiques
- 1.8.3. GSR: opération
- 1.8.3. Le GSR et son rôle dans le neuromarketing

1.9. Techniques physiologiques II: Eye-tracking et la prise de décision des consommateurs

- 1.9.1. Sight: traitement de l'information avec un accent sur le neuromarketing
- 1.9.2. Eye-tracking: fonctionnement et applicabilité dans la prise de décision des acheteurs
- 1.9.3. Eye-tracking impact sur le neuromarketing

1.10. Mesures du comportement des consommateurs: facial-coding

- 1.10.1. Émotions: rôle des neurosciences
- 1.10.2. Mesures comportementales
- 1.10.3. FACS: Fonction et applicabilité en neuromarketing

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	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 Règle des pics et des fins 2.2.2. Comment les émotions influencent-elles les sens 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. Le 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 au développement organisationnel

<p>3.1. Psychologie sociale et conformisme dans les équipes de travail. Culture neuromarketing</p> <p>3.1.1. Comment une bonne culture neuromarketing peut-elle aider l'organisation?</p> <p>3.1.2. Identification et internalisation: la valeur du partage et de l'engagement</p> <p>3.1.3. Persuasion centrale et périphérique: deux voies pour atteindre le même objectif</p>	<p>3.2. Cognition sociale et neuromarketing</p> <p>3.2.1. Influences contextuelles dans les domaines sociaux</p> <p>3.2.2. L'heuristique du jugement au sein des groupes de travail</p> <p>3.2.3. Relations entre les attitudes, les croyances et les comportements</p>	<p>3.3. Processus de communication marketing interne</p> <p>3.3.1. L'empathie et l'humilité ne sont pas à la mode</p> <p>3.3.2. Programmation vs. Improviser</p> <p>3.3.3. Affectivité et efficacité dans les processus de communication</p>	<p>3.4. La diversité cognitive: penser et raisonner dans le cadre d'un bon développement organisationnel. Le rôle du neuromarketing appliqué au client interne</p> <p>3.4.1. La valeur du raisonnement en équipe</p> <p>3.4.2. La valeur de la création en équipe</p> <p>3.4.3. La valeur de l'apprentissage en équipe</p>
<p>3.5. Syndrome d'Apollo: développement des rôles pour la performance de l'équipe avec des approches de neuromarketing interne</p> <p>3.5.1. Développer des stratégies de performance neuromarketing de l'intérieur de l'organisation vers l'extérieur</p> <p>3.5.2. L'intérêt de regarder davantage à l'intérieur pour mieux agir à l'extérieur, également au sein de l'entreprise</p> <p>3.5.3. Intelligence individuelle, intelligence collective</p>	<p>3.6. L'équilibre dans la combinaison de l'efficacité et de l'affectif</p> <p>3.6.1. L'équilibre dans la combinaison de l'efficacité et efficace et de l'affectif</p> <p>3.6.2. Résultats vs. Ventes</p> <p>3.6.3. Efficience Efficacité</p>	<p>3.7. Les organisations qui apprennent des consommateurs: activer des équipes qui ne s'autojustifient pas</p> <p>3.7.1. Assumer et gérer les processus de dissonance cognitive dans nos équipes</p> <p>3.7.2. Gérer la prise de décision avant et après dans le groupe</p> <p>3.7.3. Méthodologie d'observation du marché et d'apprentissage par les erreurs</p>	<p>3.8. Aspects du neuromarketing qui aident à comprendre le comportement des individus et des équipes de travail</p> <p>3.8.1. Gérer la règle du 50/50 au sein du groupe</p> <p>3.8.2. Prendre soin de l'équipe comme base pour prendre soin des clients</p> <p>3.8.3. La valeur de l'empathie à l'ère de la technologie</p>
<p>3.9. Neuromarketing et communication interne</p> <p>3.9.1. La communication interne comme un investissement et non comme une dépense</p> <p>3.9.2. Connaissance et estime de soi dans le cadre du processus d'écoute du client et de l'équipe</p> <p>3.9.3. L'art de développer émotionnellement une équipe</p>	<p>3.10. La connaissance experte et la connaissance expérientielle, deux ingrédients que le neuromarketing aide à développer</p> <p>3.10.1. Aligner les approches de marketing et de communication interne avec les autres secteurs de l'entreprise</p> <p>3.10.2. Client interne, client externe: les deux faces d'une même médaille</p> <p>3.10.3. Limites de la technologie et des valeurs personnelles appliquées à la gestion du client interne</p>		



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.



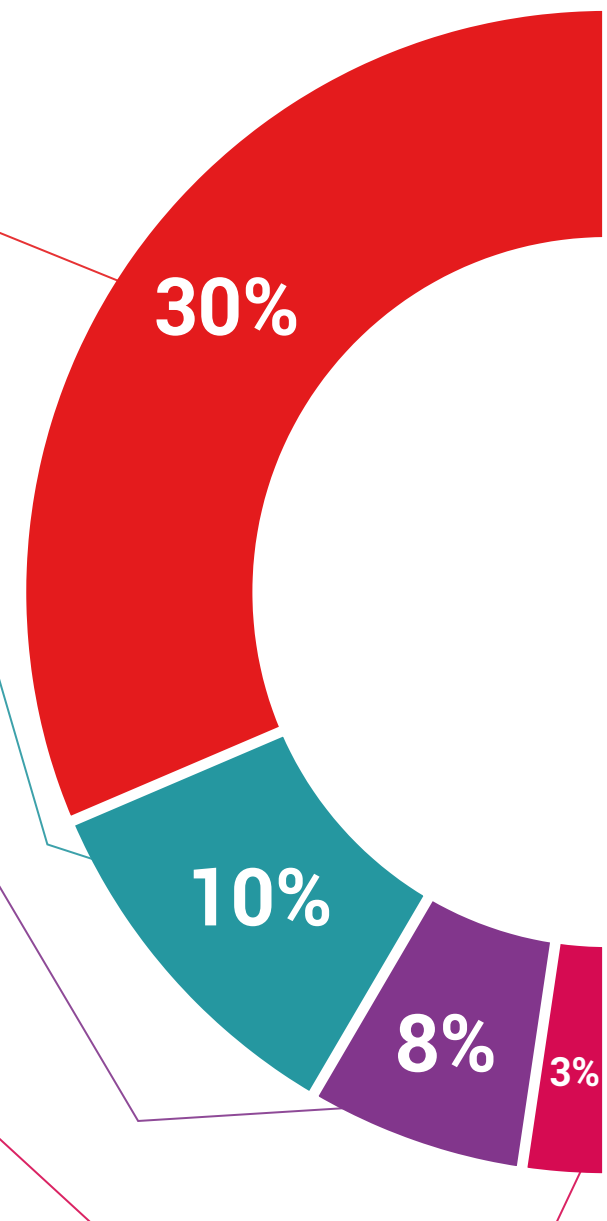
Stages en compétences de gestion

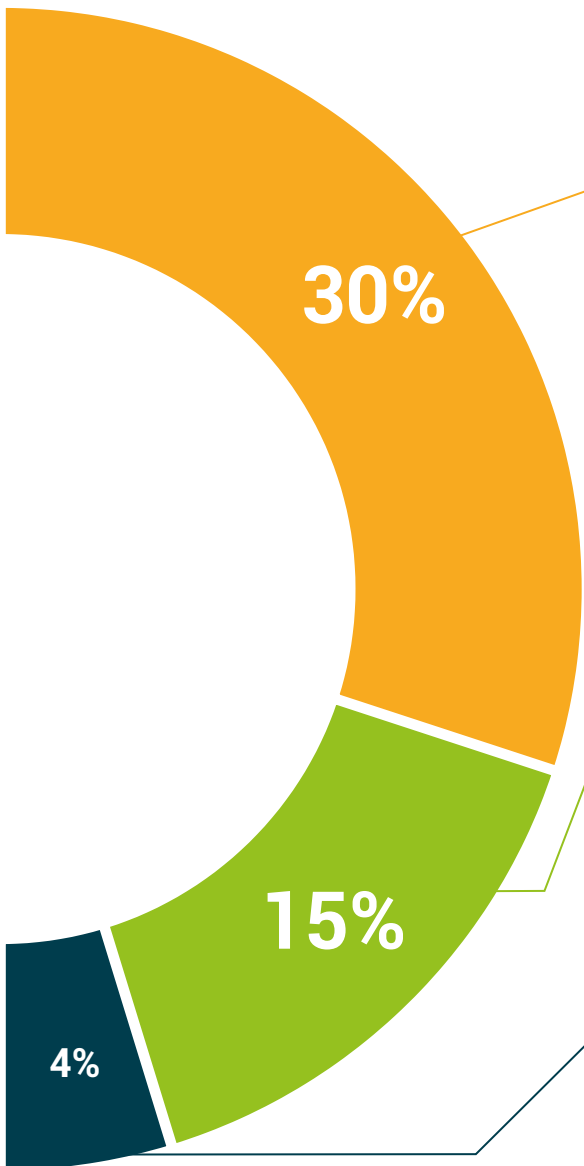
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



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 déjà obtenu un diplôme 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 de la publicité et du marketing.





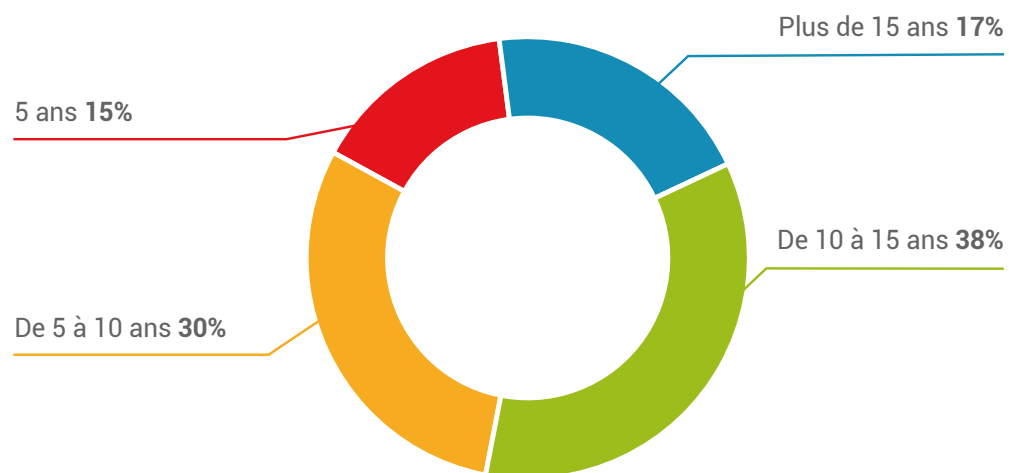
“

La seule exigence pour les étudiants qui veulent tirer le meilleur parti de ce Certificat Avancé est de vouloir réussir dans le domaine du Neuromarketing en pratiquant au plus haut niveau”

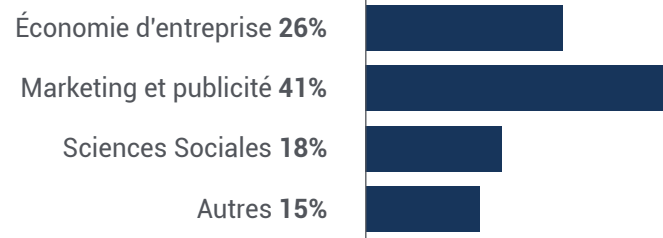
Âge moyen

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

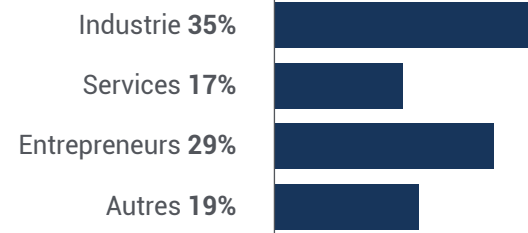
Années d'expérience



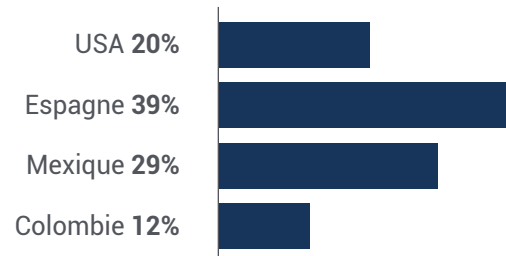
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Carlos Herrera

Direction de Marketing Digital

"Je me suis engagée dans ce Certificat Avancé à un moment où ma carrière professionnelle était au point mort. J'avais besoin de changer, de progresser et de réaliser ce dont j'avais toujours rêvé: devenir directrice marketing. Lorsqu'un ami m'a recommandé ce programme, je n'ai pas hésité et aujourd'hui, trois ans plus tard, je sais que c'est la meilleure décision que j'ai pu prendre, non seulement parce que je suis devenue une professionnelle de haut niveau, mais aussi parce que j'ai réussi à atteindre mes objectifs les plus ambitieux en très peu de temps, et tout cela grâce à TECH"

08

Direction de la formation

La conception de la faculté de ce Certificat Avancé a été réalisée en fonction du curriculum académique des candidats, de leur expérience dans le domaine du Neuromarketing et de leur engagement clair dans l'activité d'enseignement. Par conséquent, le diplômé qui accède à ce programme aura le soutien d'une équipe de spécialistes du plus haut niveau, qui sera à votre disposition pour résoudre toutes les questions qui peuvent se poser au cours du diplôme.



“

L'équipe pédagogique a sélectionné des études de cas basées sur des situations réelles d'entreprise afin que vous puissiez travailler au perfectionnement de vos compétences grâce à leurs recommandations expérientielles”

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 Cuesta Iglesias, Miriam

- Technicien de laboratoire dans le domaine du neuromarketing
- Coordinateur de l'expansion et du marketing au centre commercial Vivadecor
- Formateur dans le cadre de programmes en entreprise dans les domaines du neuromarketing et de la gestion des personnes
- Diplômé en administration et gestion des affaires par l'Université du Pays de Galles
- Maîtrise en neuromarketing et comportement du consommateur de l'université européenne Miguel de Cervantes-UEMC
- Expert universitaire en neuromarketing et comportement du consommateur, Université de Nebrija
- Membre du comité d'organisation du congrès de neuromarketing (Association européenne de neuromarketing-AEN)

Mme Duart Llacer, Patricia

- Spécialiste en Neuropsychologie Assistant Clinique Cognitive
- Chercheur scientifique chez Thimus
- Assistant de recherche et d'analyse des données à l'hôpital Erasmus de Rotterdam
- Assistant thérapeutique à l'hôpital NISA de Valence
- Formateur en entreprise dans les matières psychologiques
- Diplômé en psychologie et neurosciences à l'université de Reading
- Master en neuropsychologie à l'université de Leiden
- Maîtrise en gestion et suivi des essais cliniques de TECH Université Technologique



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

“

Profitez de l'occasion pour vous informer sur les derniers développements dans ce domaine afin de les appliquer à votre pratique quotidienne”

09

Impact sur votre carrière

Le travail exhaustif réalisé par les professionnels chargés de concevoir ces expériences académiques aboutit à la création de programmes de très haut niveau qui, en plus de permettre aux diplômés d'acquérir un ensemble unique de connaissances, les préparent à affronter l'activité commerciale la plus complexe et la plus agressive. Ainsi, en seulement 6 mois de formation, ils parviennent à adapter leur profil professionnel aux exigences les plus strictes du marché, ce qui contribue à une avancée significative de leur carrière.



“

Un programme qui vous mettra en contact de manière positive et très efficace avec le marché d'aujourd'hui grâce au Neuromarketing, à sa technologie et aux stratégies commerciales les plus efficaces”

L'une des caractéristiques de ce programme est l'accès à un réseau international qui vous permettra d'en savoir plus sur le marché dans différentes parties du monde.

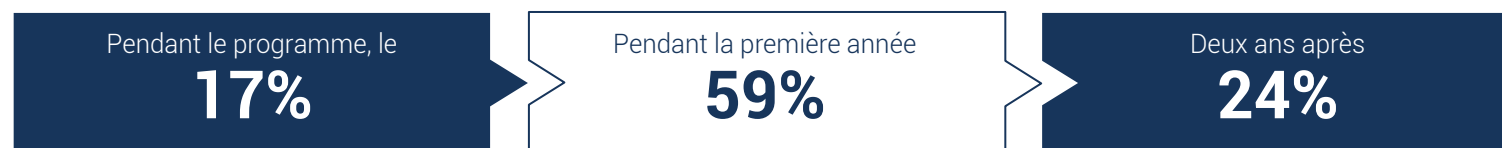
Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

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

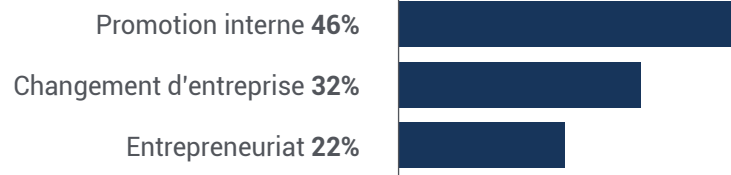
Si vous voulez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

Un diplôme qui vous préparera à affronter avec succès des scénarios de consommation saturés où l'offre est supérieure à la demande, grâce aux meilleures stratégies de marketing et aux outils les plus efficaces.

Heure du changement



Type de changement



Amélioration salariale

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **24,24%** pour nos étudiants.



10

Bénéfices pour votre entreprise

Toute entreprise qui intègre dans son personnel un professionnel spécialisé dans le neuromarketing par le biais du cours de certificat de cette qualification pourra se garantir une activité commerciale du plus haut niveau basée non seulement sur les connaissances les plus récentes du marché, mais aussi sur une pratique sûre, dynamique et de très haut niveau. TECH met particulièrement l'accent sur le perfectionnement des étudiants en matière de gestion efficace, afin qu'ils puissent mettre en œuvre les compétences nécessaires dans leurs entités respectives pour élever le niveau de leur activité au sommet du secteur.



“

Vous développerez une vision pratique et réaliste des différentes activités de Neuromarketing, en apportant une valeur ajoutée à votre profil qui vous permettra de vous démarquer dans tout processus de sélection de personnel”

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 Organisationnel 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 Organisationnel** 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 Organisationnel**

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 Organisationnel

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Technologie et Sensorialité
dans le Neuromarketing
Organisationnel

