

Curso Universitario

Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing

Avalado por:





Curso Universitario Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **6 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**
- » Dirigido a: **Graduados, Diplomados y Licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Ciencias Sociales y Jurídicas, Administrativas y Empresariales**

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/curso-universitario/investigacion-mercados-interaccion-neuromarketing

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 18

06

Metodología

pág. 24

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 32

08

Dirección del curso

pág. 36

09

Impacto para tu carrera

pág. 40

10

Beneficios para tu empresa

pág. 44

11

Titulación

pág. 48

01 Bienvenida

La transición del *Market Research* al *Business Intelligence* ha definido las estrategias del mercado que hoy se aplican a escala global para incidir en el comportamiento de los consumidores. Esta evolución ha significado la inclusión del auge de nuevas técnicas de investigación donde se vinculan a las Neurociencias y sus herramientas específicas, como el *Facial Coding* y el *Eye Tracker*, con encuestas, entrevistas y *Focus Groups* convencionales. A través del dominio de esas estrategias, los profesionales pueden consolidar su liderazgo dentro de los sectores dedicados al comercio y la venta de bienes y servicios. Por eso, TECH ha diseñado esta titulación 100% online, que les permitirá especializarte en tan solo 6 semanas acerca de las últimas tendencias de este ámbito y aplicando métodos didácticos innovadores como el *Relearning*.



Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing
TECH Universidad Tecnológica



“

Descubre herramientas específicas de Neuromarketing, como el Facial Coding y Eye Tracker, y especialízate en su aplicación para desarrollar proyectos de investigación de mercados”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

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

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

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

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



Máxima exigencia

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

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

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

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

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

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

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



Análisis

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



Excelencia académica

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



Economía de escala

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



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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



“

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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04 Objetivos

Este Curso Universitario tiene como objetivo proporcionar una comprensión profunda y actualizada de las técnicas y herramientas utilizadas en la Investigación de Mercados y su combinación con el Neuromarketing. A lo largo del programa, los profesionales analizarán los aportes de la neurociencia a este marco, el *Business Intelligence*, entre otros.



“

A través del acceso a recursos multimedia exclusivos, esta titulación te permitirá mejorar tus habilidades prácticas de liderazgo para desarrollar proyectos de análisis y evaluación de los mercados”

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

El Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing capacitará al alumno para:

01

Comprender la trayectoria de la investigación de mercados y el papel del Neuromarketing en el panorama actual

04

Conocer técnicas y herramientas aplicadas a la investigación de mercados en combinación con el Neuromarketing

02

Analizar los aportes de la neurociencia a la investigación de mercados

03

Explorar el papel del Neuromarketing en el *Business Intelligence*

05

Aprender sobre técnicas específicas de investigación y su combinación con el Neuromarketing en la actualidad



06

Descubrir herramientas específicas de Neuromarketing como el *Facial Coding*, *Eye Tracker*, *Skin Conductance* y Electroencefalograma

08

Evaluar la utilidad de los neuro-cualitativos experienciales en la investigación de mercados

09

Aplicar herramientas utilizadas en los neuro-cualitativos experienciales

07

Diseñar investigaciones en Neuromarketing

10

Ejecutar un plan con neuro-cualitativos experienciales



05

Estructura y contenido

Este Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing es un programa 100% online que se desarrolla a lo largo de 150 horas académicas. A través de él se ofrece a los profesionales una experiencia única de aprendizaje que potenciará al máximo su éxito profesional a través de los contenidos más actualizados. Una propuesta que TECH Universidad Tecnología dispone para ampliar sus aptitudes de liderazgo e impulsar sus carreras hacia los marcos directivos.



“

Este programa 100% online te garantiza una gran flexibilidad para estudiar a tu ritmo y adaptar el programa a tus necesidades e intereses”

Plan de estudios

Este programa ofrece una visión completa y actualizada de las técnicas y herramientas utilizadas en la investigación de mercados y su combinación con el Neuromarketing. Los profesionales examinarán con especial énfasis en los aportes de la neurociencia a la investigación de mercados.

Además, la titulación incluye una sección sobre *Business Intelligence* y sus aplicaciones. De esa manera, los alumnos de postgrado ahondarán en la transición del *Market Research* y el papel del Neuromarketing en ese proceso.

El programa también cubre técnicas específicas de investigación y las combinaciones con otras estrategias como las encuestas, entrevistas y *Focus Groups*. Igualmente, se analizará el funcionamiento de herramientas específicas y novedosas del Neuromarketing donde resaltan el *Facial Coding*, *Eye Tracker*, *Skin Conductance* y Electroencefalograma.

Este programa está diseñado para profesionales ambiciosos que buscan avanzar en su carrera y liderar en el campo de la investigación de mercados y el Neuromarketing. Al completarlo, dispondrán de los conocimientos más avanzados y habilidades prácticas para impulsar su carrera y asumir roles directivos en las organizaciones.

Este Curso Universitario se desarrolla a lo largo de 6 semanas y consta de un módulo:

Módulo 1

Fundamentos y herramientas en la investigación de mercados en interacción con el Neuromarketing



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing de manera totalmente online. Durante las 6 semanas que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Fundamentos y herramientas en la investigación de mercados en interacción con el Neuromarketing

<p>1.1. Trayectoria de la investigación de mercados y el papel del Neuromarketing</p> <p>1.1.1. Investigación de mercados y Neuromarketing en el panorama actual</p> <p>1.1.2. Aportes de la neurociencia a la investigación de Mercados</p> <p>1.1.3. Neuromarketing y el futuro de las investigaciones de mercado</p>	<p>1.2. Business Intelligence aplicado a la investigación de mercados y el Neuromarketing</p> <p>1.2.1. Del <i>Market research</i> al <i>Business Intelligence</i></p> <p>1.2.2. Papel del Neuromarketing en el <i>Business Intelligence</i></p> <p>1.2.3. Técnicas y herramientas aplicadas a la investigación de mercados en combinación con el Neuromarketing</p>	<p>1.3. Técnicas de investigación y su combinación con el Neuromarketing en la actualidad</p> <p>1.3.1. Las encuestas junto con el Neuromarketing y su aplicación a la investigación de mercados</p> <p>1.3.2. Las entrevistas y <i>Focus Groups</i> y su combinación con el Neuromarketing aplicado a la investigación de mercados</p> <p>1.3.3. La triangulación y su importancia en el éxito de un proyecto de investigación de mercados</p>	<p>1.4. Herramientas de Neuromarketing. Aplicación a la investigación de mercados</p> <p>1.4.1. <i>Facial coding</i></p> <p>1.4.2. <i>Eye Tracker</i></p> <p>1.4.3. <i>Skin conductance</i></p> <p>1.4.4. Electroencefalograma</p> <p>1.4.5. TAI</p>
<p>1.5. Diseño de la investigación en Neuromarketing</p> <p>1.5.1. <i>Briefing</i> y proyecto de la empresa</p> <p>1.5.2. Filtro de captación y reclutamiento de la muestra</p> <p>1.5.3. Trabajo de campo</p> <p>1.5.4. Análisis y la interpretación de los resultados</p> <p>1.5.5. Preparación y presentación de los resultados</p> <p>1.5.6. Aprendizajes y conclusiones</p>	<p>1.6. Neurocualitativos experienciales y su aplicación a la investigación de mercados</p> <p>1.6.1. "Insight" transformador</p> <p>1.6.2. Los neuro-cualitativos experienciales</p> <p>1.6.3. Utilidad de los neuro-cualitativos experienciales</p> <p>1.6.4. Herramientas utilizadas en los neuro-cualitativos experienciales</p> <p>1.6.5. Ejecución de un plan con neuro-cualitativos experienciales</p>	<p>1.7. Investigación etnográfica y su combinación con el Neuromarketing aplicada a la investigación de mercados</p> <p>1.7.1. La investigación etnográfica combinada con Neuromarketing</p> <p>1.7.2. Objetivos de la etnografía y Neuromarketing y su potente combinación desde la investigación de mercados</p> <p>1.7.3. Metodología en un proyecto de investigación de mercados: investigación etnográfica y Neuromarketing</p>	<p>1.8. Neuromarketing y comunicación digital</p> <p>1.8.1. Construcción de marcas ganadoras gracias al Neuromarketing</p> <p>1.8.2. Neuromarketing en la comunicación y plan de medios actual</p> <p>1.8.3. Las aportaciones del Neuromarketing a la comunicación tradicional</p>
<p>1.9. Ética en Neuromarketing</p> <p>1.9.1. La ética aplicada al Neuromarketing.</p> <p>1.9.2. Ética en la publicidad</p> <p>1.9.3. Código ético NMSBA</p>	<p>1.10. Casos de éxito en proyectos de investigación de mercados con Neuromarketing</p> <p>1.10.1. Las aportaciones del Neuromarketing al análisis de una marca</p> <p>1.10.2. Proyecto de Neuromarketing en el sector de la cosmética</p> <p>1.10.3. Proyecto de Neuromarketing en el sector farmacéutico</p>		



“

No dejes pasar esta oportunidad, matricúlate en este Curso Universitario y apoya tu aprendizaje en métodos didácticos innovadores como el Relearning”

06

Metodología

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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



Testing & Retesting

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



07

Perfil de nuestros alumnos

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

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

También podrán realizar el Curso Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing.





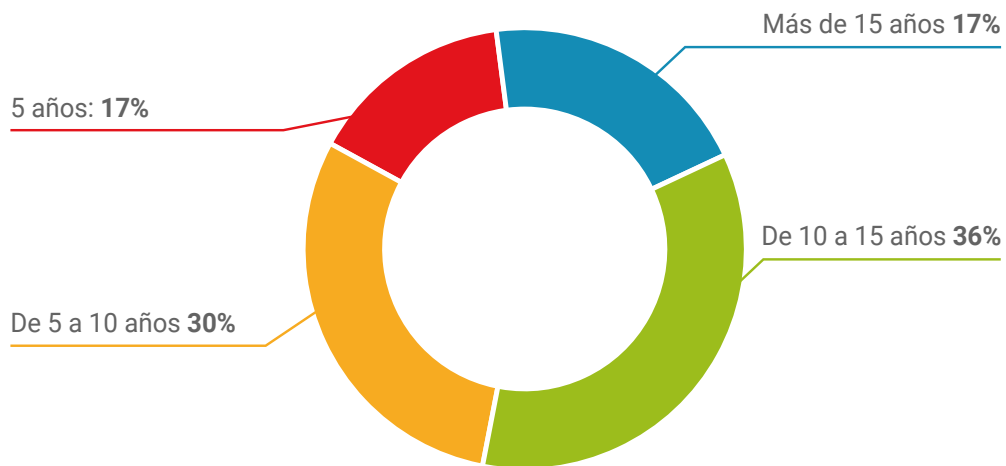
“

Si tienes experiencia en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing, y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, este es tu programa”

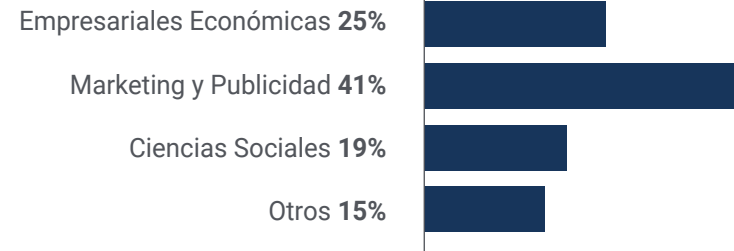
Edad media

Entre **35** y **45** años

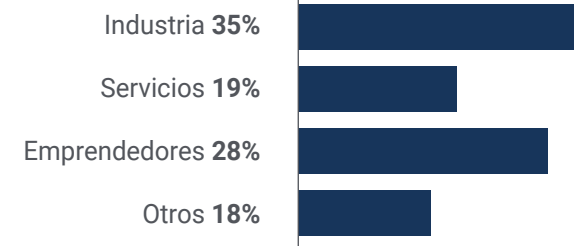
Años de experiencia



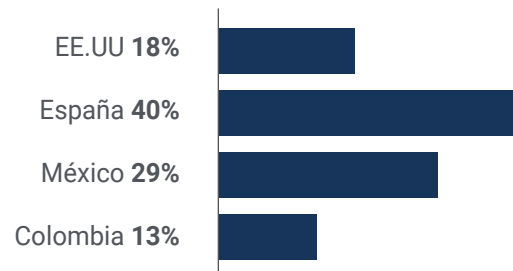
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Abel Sandro Rodríguez

Gerente de Marketing y Neuromarketing

"Elegí este Curso Universitario porque me permitía compatibilizar el estudio con mis responsabilidades laborales gracias a su metodología 100% online. Tras matricular en el programa tuve la oportunidad de intercambiar expertos de dilatada experiencia y, así, enriquecer mi propia trayectoria profesional. Además, esta titulación me brindó conocimientos avanzados que ahora aplico en mi ejercicio cotidiano y con las que he conseguido mejorar el rendimiento y los resultados de mi compañía"

08

Dirección del curso

El claustro de TECH destaca por su amplia experiencia en el mercado empresarial y educativo, así como por su compromiso con la excelencia académica y la innovación. Este equipo de profesores está compuesto por profesionales altamente especializados, que utilizan metodologías para facilitar el dominio de diferentes herramientas de investigación de Mercados. Además, la carrera de estos docentes permanece en activo, lo cual les ha permitido estar al día en cuanto a las últimas tendencias y tecnologías de sus campos de estudio.



“

TECH te brinda un claustro docente de prestigio internacional que domina las aplicaciones de la Neurociencia en la Investigación de Mercados”

Dirección



D. Carrascosa Mendoza, Gabriel

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

Profesor

D. Holgado Mollà, Jesús

- ♦ Especialista en Marketing y Psicología
- ♦ Client Executive en Kantar Insights
- ♦ Analista en Kantar Worldpanel
- ♦ Profesor asociado de Estadística y Marketing
- ♦ Licenciado en Psicología por la URV
- ♦ Máster en Neuromarketing por la UNIR
- ♦ Bootcamp en Marketing Data Analytics en la EDIX
- ♦ Miembro de: Neuromarketing Science and Business Association (NMSBA)



09

Impacto para tu carrera

Al realizar el Curso Universitario, los profesionales contarán con las habilidades más innovadoras y actualizadas en el campo de la Investigación de Mercados. De esa manera, estarán capacitados para liderar proyectos estratégicos en su organización.

Esta es una ventaja sumamente competitiva de cara al sector de la Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing. Así, esta titulación les ofrece una oportunidad única para impulsar el crecimiento de sus carreras.



“

Evalúa la utilidad de los neuro-cualitativos experienciales en la investigación de mercados a través de este programa de TECH y conviértete en un directivo de primer nivel para este sector”

TECH Universidad Tecnológica impulsará tu futuro profesional con un programa que ofrece un alto retorno de inversión y con el cual conseguirás altas capacidades para el liderazgo empresarial.

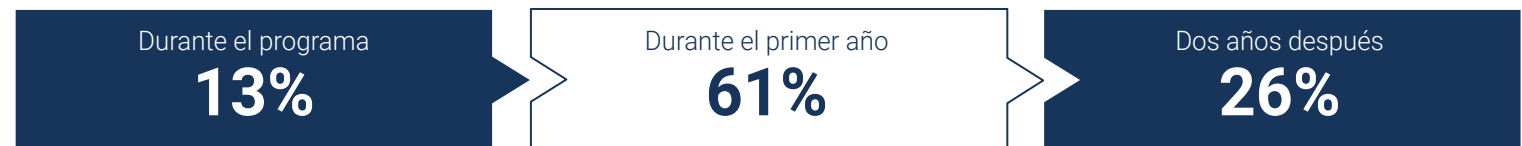
¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en este ámbito. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

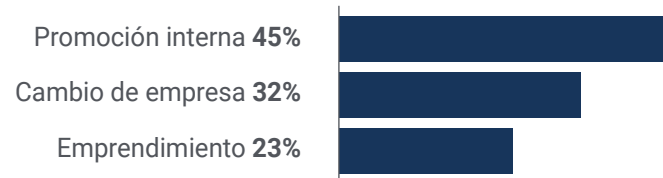
Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

Diseña proyectos de Investigación de Mercados efectivos y éticos, que se traduzcan en éxitos para tu compañía.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **26,24%**



10

Beneficios para tu empresa

Los profesionales, al estar equipados con competencias avanzadas en Investigación de Mercados y Neuromarketing, serán capaces de mejorar la toma de decisiones y el rendimiento de la empresa.

Además, estos alumnos estarán preparados para liderar equipos y proyectos, lo que puede generar importantes ventajas en relación a la eficacia y eficiencia de las compañías dedicadas a la venta de bienes y servicios.



“

Inscríbete ahora y adquiere una capacitación actualizada y completa en las habilidades más innovadoras en Investigación de Mercados”

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

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

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

11

Titulación

El Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Curso Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Curso Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Curso Universitario en Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing**

ECTS: 6

N.º Horas Oficiales: 150 h.

Avalado por: Asociación Europea de Neuromarketing



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Curso Universitario Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **6 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Curso Universitario

Investigación de Mercados en Interacción con el Neuromarketing

Avalado por:

A background image showing two men in dark suits and ties, wearing glasses, engaged in a discussion. They are gesturing with their hands as if explaining something. The image is partially obscured by a diagonal white and grey overlay.

tech universidad
tecnológica