

Experto Universitario Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

Avalado por:

A diagonal split image serves as the background. The top-left half is white with the title text. The bottom-right half is a photograph of three people wearing VR headsets, interacting with a large table. The image is split diagonally from the bottom-left to the top-right. The top-right portion of the image shows a woman wearing a VR headset. The bottom-left portion shows a man and a woman, both wearing VR headsets, leaning over a table and gesturing with their hands. The man is wearing a dark brown shirt, and the woman is wearing a blue shirt. They appear to be in a collaborative, tech-focused environment.

tech
universidad



Experto Universitario Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-tecnologia-sensorialidad-neuromarketing-organizacional

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. 20

06

Metodología de Estudio

pág. 28

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 36

08

Dirección del curso

pág. 40

09

Impacto para tu carrera

pág. 44

10

Beneficios para tu empresa

pág. 48

11

Titulación

pág. 52

01 Bienvenida

La actividad comercial actual se ha convertido en una lucha constante que enfrenta cada día a miles de empresas en la oferta de productos y servicios. Por esa razón, el marketing, tanto offline como digital, nunca había sido tan importante como hasta ahora, ya que se ha constituido como una herramienta indispensable para consensuar estrategias que se adapten a las tendencias del mercado. Sin embargo, dentro de esta área, el diseño de experiencias comerciales diferenciadoras y centradas en las verdaderas necesidades del consumidor se ha convertido en una técnica que permite aumentar su compromiso con la marca. Por ello, y con el fin de que los egresados de este sector puedan llevar a cabo una actividad del máximo nivel, TECH ha desarrollado un completo programa 100% online centrado en la sensorialidad del Neuromarketing, una titulación a través de la cual el egresado logrará dominar la tecnología para la actividad organizacional en tan solo 6 meses.



Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional
TECH Universidad



“

¿Buscas una titulación que le dé a tu carrera un giro de 180° hacia el éxito empresarial? Apuesta, entonces, por este programa y te convertirás en todo un experto en Neuromarketing Organizacional”

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



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 multivídeo 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.

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

04 Objetivos

La alta demanda de profesionales que dominen las principales áreas del Neuromarketing, sobre todo en lo referido a la actividad organizacional, es lo que ha llevado a TECH a desarrollar este Experto Universitario. Y es que el objetivo del mismo es aportar al egresado la información más exhaustiva y novedosa relacionada con esta área en función a la práctica empresarial actual, centrándose en las bases neurológicas y de la tecnología que están marcando las tendencias comerciales a día de hoy. Así, podrá trabajar durante 6 meses en la ampliación de sus conocimientos, así como en la adaptación de su perfil profesional a los requisitos del mercado laboral.



“

Trabajarás con las técnicas neurocognitivas más efectivas para llamar la atención del consumidor y llegar hasta su conciencia a través de campañas publicitarias centradas exclusivamente en sus necesidades”

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

El Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional capacitará al alumno para:

01

Fundamentar los conocimientos del cerebro y su uso en el desarrollo de técnicas de Neurociencia aplicada

04

Examinar los procesos de la memoria, y cómo influyen en la elección de un producto en el Neuromarketing

02

Identificar los diferentes tipos de neuronas y distinguir las partes del sistema nervioso y como afectan a la toma de decisiones del comprador

03

Determinar los procesos de la atención y la consciencia, y su influencia en el Neuromarketing

05

Analizar el funcionamiento y la relevancia del PET en el Neuromarketing



06

Presentar la metodología de fMRI y MRI en estudios del Neuromarketing

08

Analizar el funcionamiento de la respuesta galvánica y su relevancia en el Neuromarketing

09

Evaluar el *eye-tracking* como técnica de Neurociencia aplicada

07

Evaluar el electroencefalograma como técnica de neurociencia aplicada

10

Proponer el uso de *Facial-coding* como técnica de Neuromarketing



11

Demostrar la relación del sistema sensorial y sus características con el comportamiento de compra para entender el cliente y ser una marca relevante en el mercado

12

Analizar los principales sentidos del cuerpo humano con un enfoque práctico desde el punto de vista de las empresas y las marcas

13

Identificar oportunidades de estrategia comercial y de publicidad a partir del Marketing sensorial y del Neuromarketing





14

Evaluar casos de aplicación del Marketing sensorial, estableciendo relaciones entre la teoría y la práctica

15

Desarrollar y proponer enfoques de aplicación del Marketing sensorial y Neuromarketing en las marcas y empresas

16

Identificar características importantes de los sentidos y las emociones humanas, relacionándolos con el comportamiento del consumidor

05

Estructura y contenido

TECH diseña la totalidad de sus titulaciones haciendo uso de la novedosa y efectiva metodología Relearning, la cual combina la reiteración de los conceptos más importantes del temario con la resolución de casos prácticos basados en situaciones reales, permitiendo al egresado adquirir un conocimiento amplio y especializado sin tener que invertir tiempo de más en memorizar. Además, la totalidad de los programas se apoyan en horas de material adicional de gran calidad con el cual pueden ampliar cada apartado, así como contextualizar su información de manera garantizada.



“

En el Campus Virtual de este Experto Universitario encontrarás vídeos al detalle, artículos de investigación, lecturas complementarias y mucho más material adicional para que ahondes en cada apartado del temario”

Plan de estudios

TECH emplea en el diseño de cada uno de sus planes de estudio cientos de horas, con el fin de aunar la información más exhaustiva y novedosa del ámbito en el cual se base, así como de adaptarla a la mejor metodología pedagógica para que el egresado no tenga que invertir horas de más en memorizar, sino que asista a una experiencia académica dinámica, vanguardista y del máximo nivel. Por ello, si decide matricularse en este Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional accederá a una titulación con la cual, de manera garantizada, alcanzará el grado de especialización propio de los mejores profesionales.

Y es que el programa incluye 450 horas del mejor contenido teórico, práctico y adicional gracias al cual podrá ahondar en aspectos como las bases neurológicas y de la tecnología aplicadas al Neuromarketing, la conexión con los sentidos del consumidor desde el ámbito psicológico y la aplicación de esta área al desarrollo organizacional. Así, podrá llevar a cabo una actividad experta, contribuyendo al crecimiento de la empresa de la que forme parte.

Pero eso no es todo, ya que el Plan de estudio también incluye un alto componente práctico mediante el cual el alumno trabajará en la resolución de situaciones complejas que se pueden dar en el ámbito comercial. Así, podrá perfeccionar sus competencias, implementando a su praxis las estrategias directivas más efectivas, lo cual lo situarán como un profesional destacado en el sector empresarial actual.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1

Bases neurológicas y tecnología de Neurociencia aplicada al Neuromarketing

Módulo 2

Marketing sensorial: la conexión con los sentidos del consumidor desde el ámbito del Neuromarketing

Módulo 3

Neuromarketing aplicado al desarrollo organizacional



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional de manera totalmente online. Durante los 6 Meses 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. Bases neurológicas y tecnología de Neurociencia aplicada al Neuromarketing

1.1. El cerebro y sus funciones desde la perspectiva del Neuromarketing 1.1.1. Neurociencia y conocimientos del cerebro enfocados en el Neuromarketing 1.1.2. El cerebro, su estructura y su efecto en el Neuromarketing 1.1.3. Procesos cognitivos localizados en el cerebro relacionada con la toma de decisiones del comprador	1.2. El sistema nervioso y las neuronas: papel en la toma de decisiones del consumidor 1.2.1. Sistema nervioso: implicación en la toma de decisiones del comprador 1.2.2. Sistema nervioso: tipos de células y cómo influyen en el Neuromarketing 1.2.3. Sistema nervioso: funcionamiento y transmisión de información en la elección de productos del comprador	1.3. Procesos cognitivos base: la atención y la consciencia del consumidor 1.3.1. La atención y su aplicación al Neuromarketing 1.3.2. La consciencia y su funcionamiento relacionado con el Neuromarketing 1.3.3. La relevancia de la atención y la consciencia con el Neuromarketing	1.4. Procesos cognitivos base: la memoria del consumidor 1.4.1. La memoria: funcionamiento y clasificación. Implicación en la toma de decisiones del consumidor 1.4.2. Modelos de la memoria implicados en el Neuromarketing 1.4.3. La memoria y su relevancia con el Neuromarketing
1.5. Tecnologías de neuroimagen en Neuromarketing I: Tomografía por Emisión de Positrones (PET) 1.5.1. Técnicas de neuroimagen 1.5.2. PET: funcionamiento 1.5.3. PET: aplicabilidad al Neuromarketing	1.6. Tecnologías de Neuroimagen en Neuromarketing II: Imagen por Resonancia Magnética Funcional (fMRI) e Imagen por Resonancia Magnética (MRI) 1.6.1. Funcionamiento fMRI 1.6.2. Funcionamiento MRI 1.6.3. Utilidad fMRI y MRI en Neuromarketing	1.7. Tecnologías de neuroimagen en Neuromarketing III: Electroencefalograma (EEG) 1.7.1. Funcionamiento y uso del EEG en la toma de decisiones del consumidor 1.7.2. Aplicabilidad de EEG en Neuromarketing 1.7.3. Comparativa de las técnicas de neuroimagen	1.8. Técnicas fisiológicas I: Respuesta Galvánica (GSR) en la elección de un producto 1.8.1. Técnicas fisiológicas de neurociencia aplicada 1.8.2. GSR: funcionamiento 1.8.3. GSR y su función en el Neuromarketing
1.9. Técnicas fisiológicas II: Eye-tracking y toma de decisiones del consumidor 1.9.1. La vista: procesamiento de información enfocado en el Neuromarketing 1.9.2. Eye-tracking: funcionamiento y aplicabilidad en la toma de decisiones del comprador 1.9.3. Eye-tracking: impacto en el Neuromarketing	1.10. Medidas del comportamiento del consumidor: facial-coding 1.10.1. Emociones: función desde la Neurociencia 1.10.2. Medidas de la conducta 1.10.3. FACS: Funcionamiento y aplicabilidad en el Neuromarketing		

Módulo 2. Marketing sensorial: la conexión con los sentidos del consumidor desde el ámbito del Neuromarketing

2.1. La experiencia de compra a través del Neuromarketing 2.1.1. El Neuromarketing centrado en el ser humano 2.1.2. La experiencia de compra vista a través del Neuromarketing 2.1.3. La importancia de los sentidos en los procesos de decisión de compra 2.1.4. Atención y consciencia en el comportamiento del consumidor	2.2. Los sentidos y las emociones en el comportamiento de compra 2.2.1. Procesos racionales y procesos emocionales en el proceso de compra Regla del pico y final 2.2.2. Comportamiento de compra: cómo influyen las emociones en los sentidos 2.2.3.	2.3. El sistema sensorial y su repercusión en los procesos de compra y consumo 2.3.1. Funcionamiento del sistema sensorial en el comportamiento de compra La comunicación persuasiva y los sentidos 2.3.2. La sinestesia y el marketing sensorial 2.3.3. ¿Hay otros sentidos? 2.3.4. Efecto Bouba/Kiki 2.3.5.	2.4. Los sentidos: marketing del tacto 2.4.1. Los poderes del tacto 2.4.2. La gran capacidad de las manos 2.4.3. Marketing del tacto
2.5. Los sentidos. Marketing Visual: el poder de la visión en el consumo 2.5.1. La visión. Implicación en el consumo 2.5.2. La influencia de la luz en las experiencias de compra 2.5.3. Los colores en el branding y las ventas 2.5.4. Una mirada a través del Neuromarketing	2.6. Los sentidos: el marketing olfativo visto a través del Neuromarketing 2.6.1. El olfato: qué, pero no cómo 2.6.2. La memoria y el olfato. Implicación en la experiencia de compra 2.6.3. La influencia de los olores en las compras. Aplicación práctica 2.6.4. El Marketing olfativo y el Neuromarketing	2.7. Los sentidos: el marketing gustativo 2.7.1. Propiedades funcionales del sabor 2.7.2. Los sabores 2.7.3. Elementos del marketing gustativo	2.8. Los sentidos: el marketing auditivo 2.8.1. Cómo funciona la audición 2.8.2. El sonido y sus cualidades 2.8.3. El marketing auditivo
2.9. Marketing sensorial y Neuromarketing 2.9.1. Marketing sensorial como protagonista en la experiencia de consumo 2.9.2. El poder del Neuromarketing en el ámbito sensorial 2.9.3. Neuromarketing y marketing sensorial: diferenciadores de la experiencia de compra	2.10. Marketing sensorial en la práctica 2.10.1. Marketing sensorial y branding 2.10.2. Pasos para la creación de una marca sensorial 2.10.4. Aplicación del marketing sensorial en empresas 2.10.5. Casos de éxito		

Módulo 3. Neuromarketing aplicado al desarrollo organizacional

3.1. Psicología social y conformismo en los equipos de trabajo. Cultura de Neuromarketing 3.1.1. Cómo ayuda a la organización una buena cultura de Neuromarketing 3.1.2. Identificación e interiorización: el valor de compartir e implicar 3.1.3. Persuasión central y periférica: dos vías con un mismo propósito	3.2. La cognición social y el Neuromarketing 3.2.1. Influencias del contexto en ámbitos sociales 3.2.2. La heurística del juicio dentro de los grupos de trabajo 3.2.3. Relaciones entre actitudes, creencias y conducta	3.3. Los procesos internos de comunicación en marketing 3.3.1. Empatía y humildad no están de moda 3.3.2. Pautar vs. Improvisar 3.3.3. Afectividad y efectividad en los procesos de comunicación	3.4. Diversidad cognitiva: pensar y razonar dentro de un buen desarrollo organizacional. El papel del Neuromarketing aplicado al cliente interno 3.4.1. El valor de razonar en equipo 3.4.2. El valor de crear en equipo 3.4.3. El valor de aprender en equipo
3.5. Síndrome de Apolo: desarrollo de roles para el buen funcionamiento del equipo con enfoques de Neuromarketing interno 3.5.1. Desarrollo de estrategias de actuación con Neuromarketing desde dentro de la organización hacia afuera 3.5.2. El valor de mirar más por dentro para actuar mejor por fuera, también dentro de la empresa 3.5.3. Inteligencia individual, inteligencia colectiva	3.6. Talento de grupo, talentos individuales: la necesaria combinación para un buen desarrollo organizacional 3.6.1. Equilibrio en la combinación de lo efectivo y lo afectivo 3.6.2. Resultados vs. Ventas 3.6.3. Eficiencia vs. Eficacia	3.7. Organizaciones que aprenden de los consumidores: activar equipos que no se auto justifican 3.7.1. Asumiendo y gestionando los procesos de disonancia cognitiva en nuestros equipos 3.7.2. Gestión del antes y el después de la toma de decisiones en el grupo 3.7.3. Observación del mercado y metodología de aprendizaje de los errores	3.8. Aspectos de Neuromarketing que ayudan a entender el comportamiento de individuos y equipos de trabajo 3.8.1. Gestionando la regla del 50/50 dentro del grupo 3.8.2. El cuidado del equipo como base del cuidado a los clientes 3.8.3. El valor de la empatía en plena era tecnológica
3.9. Neuromarketing y comunicación interna 3.9.1. Comunicación interna como inversión y no como gasto 3.9.2. Conocimiento y autoestima dentro del proceso de escucha al cliente y al equipo 3.9.3. El arte de desarrollar un equipo emocionalmente	3.10. Conocimiento experto y conocimiento vivencial, dos ingredientes a los que el Neuromarketing facilita su desarrollo 3.10.1. Alineación de los enfoques de marketing y comunicación interna con otras áreas de la empresa 3.10.2. Cliente interno, cliente externo: dos caras de la misma moneda 3.10.3. Límites de la tecnología y valores personales aplicados en la gestión del cliente interno		



05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

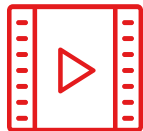
La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

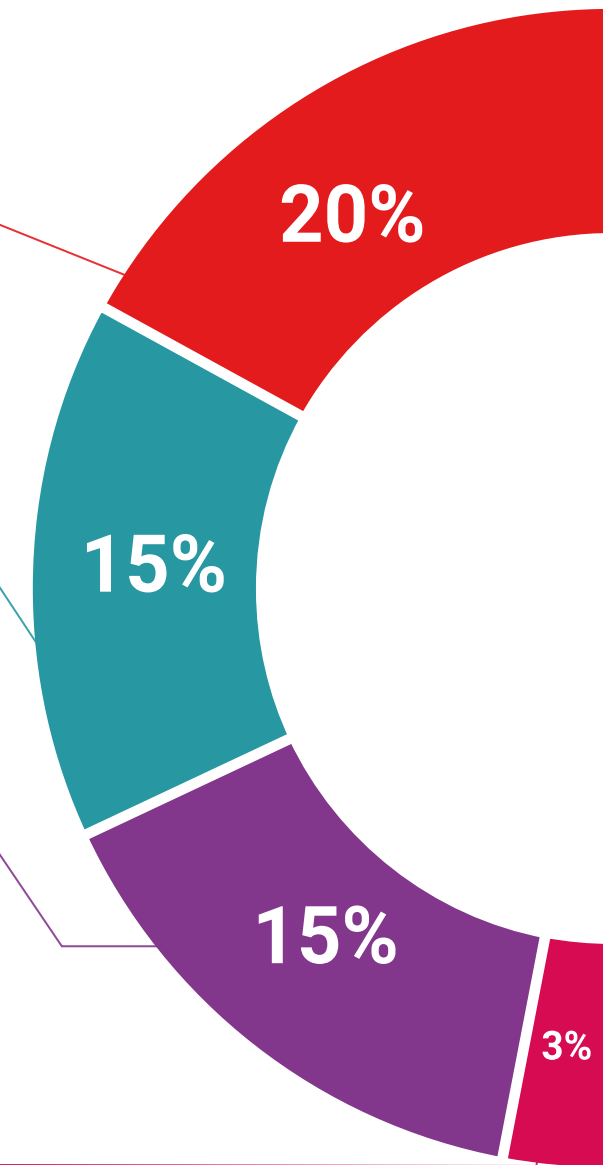
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

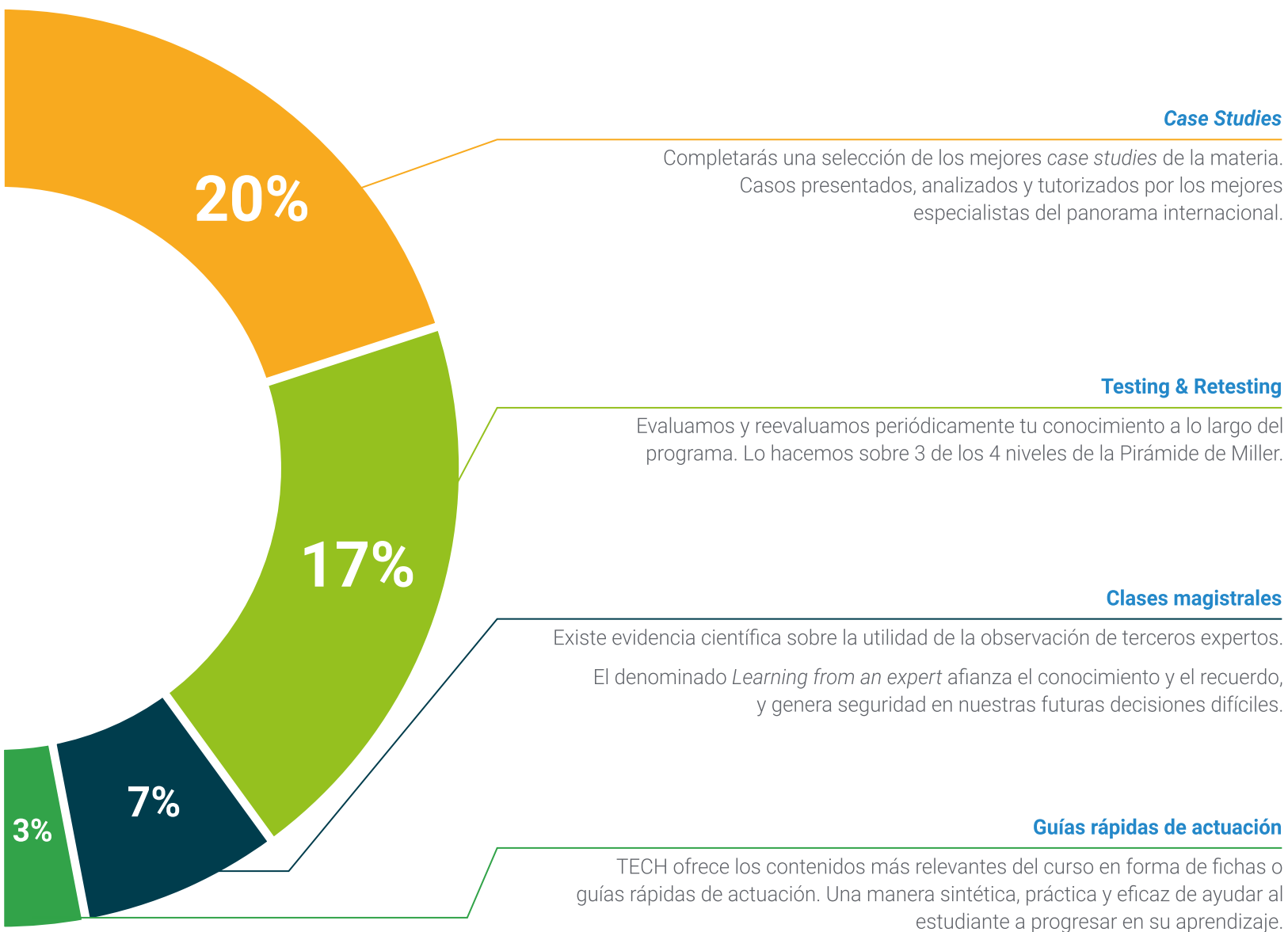
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





07

Perfil de nuestros alumnos

El Experto 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 Experto Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de dos años en el campo de la Publicidad y el Marketing.





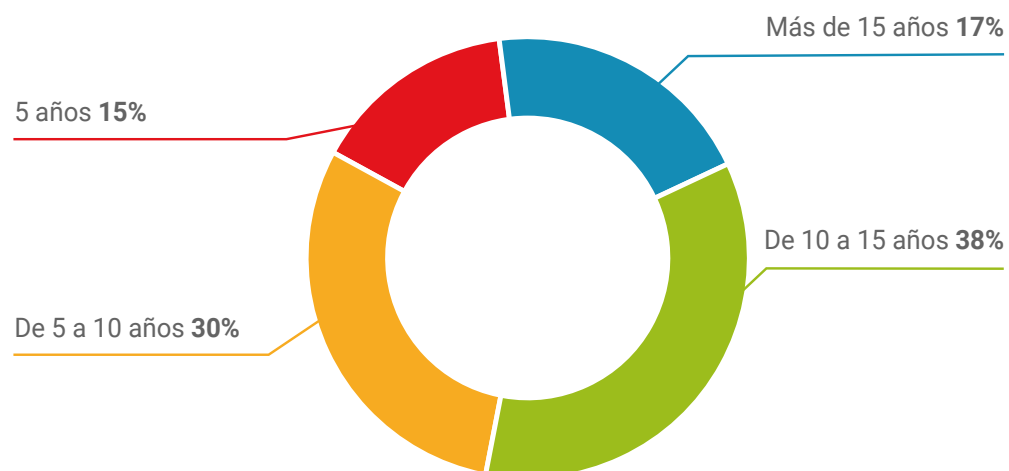
“

El único requisito que deben poseer los alumnos que quieran sacarle el máximo partido a este Experto Universitario es el de querer triunfar en el área del Neuromarketing a través de una práctica del máximo nivel”

Edad media

Entre **35** y **45** años

Años de experiencia



Formación

Empresariales Económicas **26%**

Marketing y Publicidad **41%**

Ciencias Sociales **18%**

Otros **15%**



Perfil académico

Industria **35%**

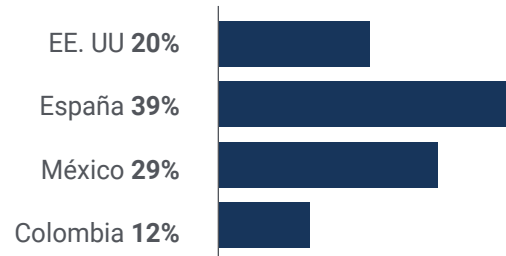
Servicios **17%**

Emprendedores **29%**

Otros **19%**



Distribución geográfica



Carlos Herrera

Director de Marketing Digital

"Emprendí el curso de este Experto Universitario en un momento en el que mi carrera profesional estaba francamente estancada. Necesitaba darle un cambio, progresar y conseguir lo que siempre había soñado: convertirme en director de marketing. Así que cuando un amigo me recomendó este programa no lo dudé y hoy, tres años más tarde, sé que fue la mejor decisión que pude haber tomado, no solo porque he logrado convertirme en un profesional del máximo nivel, sino porque he conseguido superar hasta mis objetivos más ambiciosos en muy poco tiempo y todo gracias a TECH"

08

Dirección del curso

El diseño del claustro de este Experto Universitario se ha llevado a cabo en función a al currículum académico de los candidatos, su experiencia en el ámbito del Neuromarketing y a su compromiso manifiesto con la actividad docente. Por eso, el egresado que acceda a este programa contará con el apoyo de un equipo de especialistas del máximo nivel, el cual, estarán a su entera disposición para resolver cualquier duda que le surja durante el transcurso de la titulación.



“

El equipo docente ha seleccionado casos práctico basados en situaciones empresariales reales para que puedas trabajar en el perfeccionamiento de tus competencias a través de sus recomendaciones experienciales”

Dirección



D. Carrascosa Mendoza, Gabriel

- ♦ Investigador y director de Fusión Lab - Laboratorio de 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 UEMC
- ♦ 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 de la AMNAC (Asociación Mexicana de Neuromarketing y Análisis del Consumidor)

Profesores

Dña. Cuesta Iglesias, Miriam

- ♦ Técnica de laboratorio en el área de Neuromarketing
- ♦ Coordinadora de Expansión y Marketing en el Centro Comercial Vivadecor
- ♦ Formadora en programas in company en áreas de Neuromarketing y Gestión de Personas
- ♦ Licenciada 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-UEMC
- ♦ Experto Universitario en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad Nebrija
- ♦ Miembro del Comité organizador del Neuromarketing Congress (Asociación Europea de Neuromarketing-AEN)

Dña. Duart Llacer, Patricia

- ♦ Especialista en Neuropsicología y asistencia clínica
- ♦ Investigadora científica en Thimus
- ♦ Asistente de investigación y análisis de datos en el Hospital Erasmus Rotterdam
- ♦ Asistente terapéutico en el Hospital NISA Valencia
- ♦ Formadora in company en temáticas de Psicología
- ♦ Graduada en Psicología con Neurociencias por la Universidad Reading
- ♦ Máster en Neuropsicología por la Universidad de Leiden
- ♦ Máster en Gestión y Monitorización de Ensayos Clínicos por TECH Universidad



Dña. Alff Machado, Larissa

- ♦ Especialista en Neuromarketing
- ♦ Consultora y técnica de implementación en Fusión Lab Neuromarketing
- ♦ Graduada en Publicidad por la UNP
- ♦ Máster en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor por la UCM
- ♦ Máster en Marketing Digital por la EAE Business School
- ♦ Postgrado en Marketing Estratégico en la Escuela Superior de Marketing de Rio de Janeiro

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

09

Impacto para tu carrera

El exhaustivo trabajo que realizan los profesionales encargados de diseñar estas experiencias académicas da como resultado la conformación de programas del máximo nivel que, además de permitir al egresado adquirir una serie de conocimientos únicos, lo preparan para enfrentarse a la actividad empresarial más compleja y agresiva. De esta manera, en tan solo 6 meses de capacitación logran adaptar su perfil profesional a la demanda más exigente del mercado, contribuyendo a un avance significativo de su carrera.



“

Un programa gracias al cual conectarás de forma positiva y altamente efectiva con el mercado actual a través del Neuromarketing, su tecnología y las estrategias comerciales más efectivas”

Entre las características de este programa destaca el acceso a una red internacional de networking a través de la cual podrás conocer cómo está el mercado en las diferentes partes del mundo.

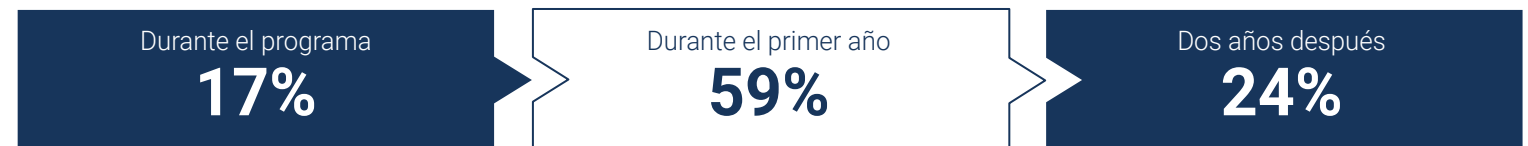
¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera.

El Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Publicidad y el Marketing. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

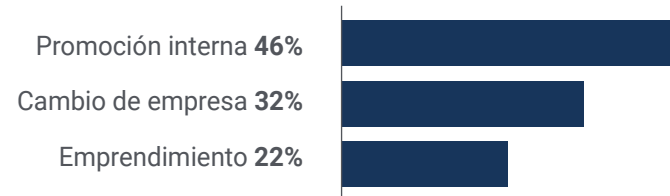
Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

Una titulación que te preparará para enfrentarte de manera exitosa a escenarios de consumo saturados con más oferta que demanda, a través de las mejores estrategias de marketing y sus herramientas más efectivas.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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



10

Beneficios para tu empresa

Cualquier empresa que incluya en su plantilla a un profesional especializado en Neuromarketing a través del curso de esta titulación podrá garantizarse una actividad empresarial del máximo nivel basada, no solo en los conocimientos del mercado más actualizados, sino en una práctica segura, dinámica y de un altísimo nivel. Y es que TECH hace especial hincapié en que los alumnos perfeccionen sus competencias en relación a la dirección efectiva, de tal forma que puedan implementar sus respectivas entidades las habilidades necesarias para elevar el nivel de su actividad da la cúspide del sector.



“

Desarrollarás una visión práctica y realista sobre las distintas actividades del Neuromarketing, implementando a tu perfil un valor añadido que te permitirá destacar en cualquier proceso de selección de personal”

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 Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.





“

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

Este **Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional** 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 **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Experto Universitario en Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



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



Experto Universitario Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Tecnología y Sensorialidad en Neuromarketing Organizacional

Avalado por:

The background of the slide is a vibrant, high-angle photograph of Times Square in New York City at night. The scene is filled with the bright, colorful lights of numerous digital billboards and neon signs. Prominent signs include 'TOSHIBA', 'AT&T', 'SONY', 'LEVI'S', and 'POLICE'. The street below is busy with traffic, including yellow taxis and white cars, their lights blurred by motion. The overall atmosphere is one of intense urban energy and digital saturation.

tech
universidad