

Certificat Avancé

Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie



Certificat Avancé Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 6 mois
- » Diplôme : TECH Global University
- » Accréditation : 18 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Accès au site web : www.techtute.com/fr/psychologie/diplome-universite/diplome-universite-neuromarketing-neuroeconomie-psychologie

Sommaire

01

Présentation du programme

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie d'étude

page 16

05

Diplôme

page 26

01

Présentation du programme

Au cours des dernières années, les Neurosciences sont devenues une référence pour le développement de différentes branches du savoir appliquées à la clinique, à l'éducation, à la linguistique, au marketing, mais aussi à d'autres domaines aussi novateurs que l'économie, le leadership ou la politique, et tout cela grâce aux progrès des techniques de Neuro-imagerie, qui surpassent les études anatomiques rudimentaires d'il y a quelques années.



“

Cette spécialisation permet aux professionnels de ce domaine d'augmenter leurs chances de réussite, ce qui se traduit par une meilleure pratique et un bénéfice social pour l'ensemble de la communauté”

Le neuromarketing est l'application des techniques des neurosciences au marketing. Son objectif est de connaître et de comprendre les niveaux d'attention que les personnes accordent à différents stimuli. Il s'agit ainsi d'expliquer le comportement des personnes à partir de leur activité neuronale.

L'utilisation de ces techniques en marketing a pour but de rechercher l'efficacité dans les décisions. Déterminer les stimuli auxquels les personnes prêtent le plus attention et ceux qui n'influencent pas directement leur comportement. Il s'agit en ce sens de mieux comprendre les personnes. D'autre part, la neuroéconomie est la science qui étudie le fonctionnement du cerveau des personnes dans la prise de décisions économiques, ce qui permet de comprendre les causes du comportement, qui aideront à développer des modèles capables de prédire les décisions.

Ces aspects qui semblent parfois trop techniques ou au langage compliqué sont abordés et expliqués de manière claire et accessible à tout professionnel intéressé, offrant ainsi un large aperçu des aspects théoriques et appliqués des neurosciences dans les différentes disciplines où elles sont actuellement utilisées.

Une occasion unique de contempler le large éventail des neurosciences appliquées dans les domaines les plus divers avec suffisamment de clarté pour être appliquées dans la pratique professionnelle.

Une occasion unique de contempler le large éventail des neurosciences appliquées dans les domaines les plus divers avec suffisamment de clarté pour être appliquées dans la pratique professionnelle. Elle permet également de faciliter l'insertion sur le marché du travail ou la promotion dans ce dernier, grâce à des connaissances théoriques et pratiques approfondies qui amélioreront leurs compétences dans l'exercice de leur fonction.

Ce **Certificat Avancé en Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes :

- ♦ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Neuromarketing et Neuroéconomie
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle.
- ♦ Les nouveautés sur le Neuromarketing et la Neuroéconomie
- ♦ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage.
- ♦ Son accent mis sur les méthodologies innovantes en Neuromarketing et Neuroéconomie
- ♦ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder au contenu à partir de n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet.



*Actualisez vos connaissances
grâce au programme de Certificat
Avancé en Neuromarketing et
Neuroéconomie en Psychologie*

“

Ce Certificat Avancé peut être le meilleur investissement que vous puissiez faire dans le choix d'un programme de mise à jour pour deux raisons : en plus de mettre à jour vos connaissances en Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie, vous obtiendrez un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Global University”

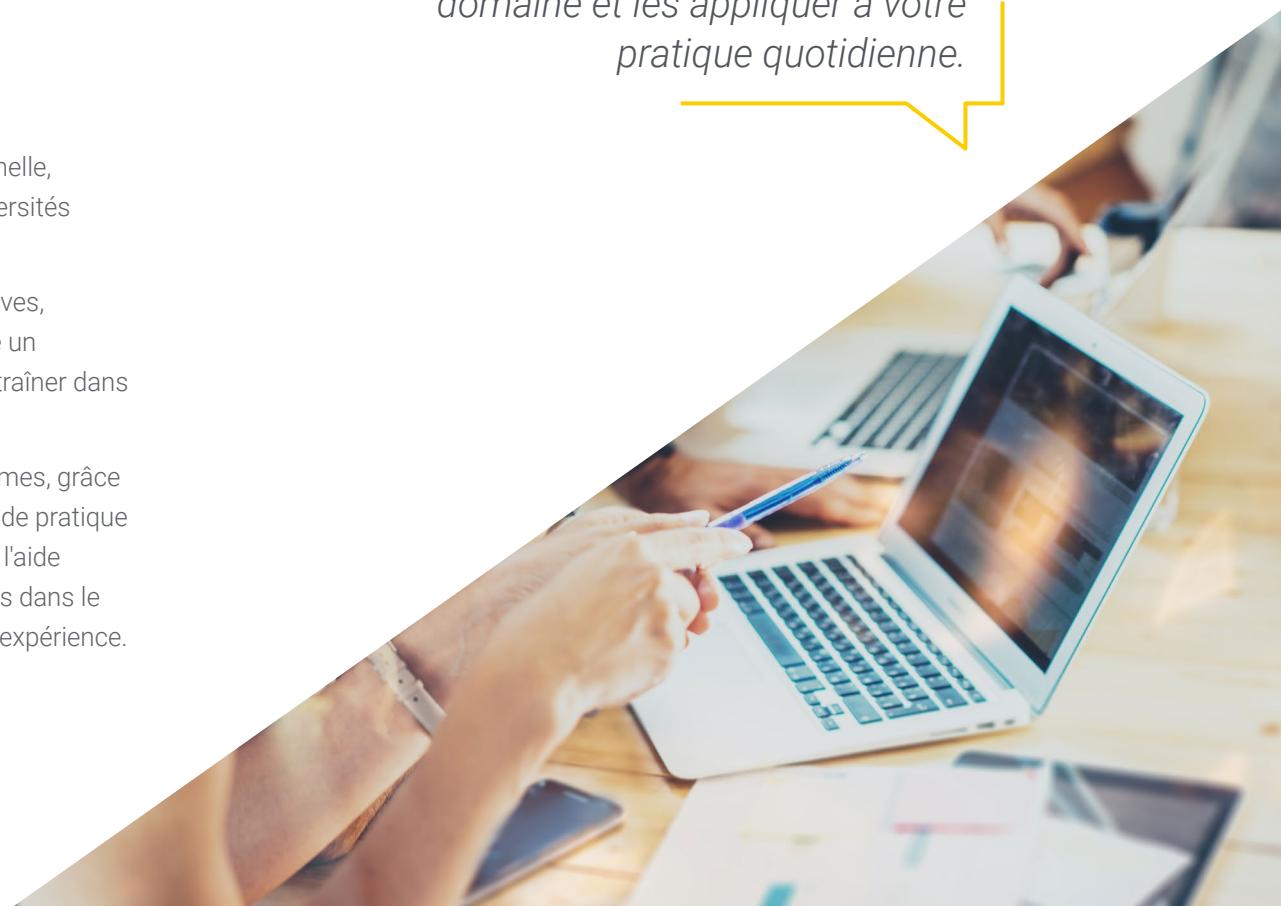
Son corps enseignant comprend des professionnels issus du domaine de la psychologie, qui apportent à cette spécialisation leur expérience professionnelle, ainsi que des spécialistes reconnus issus de sociétés de référence et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un étude immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent. Pour ce faire, le spécialiste bénéficiera de l'aide d'un nouveau système vidéo interactif mis au point par des experts reconnus dans le domaine du neuromarketing et de la neuroéconomie, et dotés d'une grande expérience.

Augmentez votre confiance dans la prise de décision en actualisant vos connaissances grâce à ce Certificat Avancé.

Profitez de l'occasion pour découvrir les dernières avancées dans ce domaine et les appliquer à votre pratique quotidienne.



02

Le Certificat Avance en Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie vise à faciliter l'action des professionnels intéressés par ces thèmes, qui trouvent de nombreuses applications dans leur domaine professionnel.



“

Ce Certificat Avancé vous permettra d'actualiser vos connaissances en Neuromarketing et Neuroéconomie grâce à l'utilisation des dernières technologies éducatives, afin de contribuer à la prise de décisions de manière qualitative et sûre”



Objectifs généraux

- ♦ Introduire les étudiants dans le vaste monde des neurosciences d'un point de vue pratique, afin qu'ils se familiarisent avec les différentes disciplines couvertes par l'étude du cerveau en relation avec le comportement humain et ses possibilités.
- ♦ Se familiariser avec les outils utilisés dans la recherche et la pratique des neurosciences.
- ♦ Permettre le développement des compétences et des capacités en encourageant la formation continue et la recherche.



Objectifs spécifiques

- ♦ Connaître la formation du système nerveux
- ♦ Comprendre les types de neurones
- ♦ Identifier les hémisphères et les lobes du cerveau
- ♦ Différencier le localisationnisme du fonctionnalisme cérébral
- ♦ Découvrir les Neurones indifférenciés.
- ♦ Pour en savoir plus sur la Mort neuronale programmée
- ♦ Reconnaître la communication électrique interneuronale
- ♦ Déterminer le rôle de la myéline dans les neurones.
- ♦ Comprendre la communication chimique interneuronale
- ♦ Classer les neurohormones et leurs fonctions
- ♦ Faites la différence entre l'âge et la plasticité neuronale
- ♦ Pour découvrir le développement neuronal
- ♦ Connaître les particularités du cerveau de droite
- ♦ Pour démêler le cerveau de gauche
- ♦ Explorer la matière blanche
- ♦ Reconnaître les différences entre les sexes au niveau neuronal
- ♦ Classer les fonctions hémisphériques
- ♦ Pour découvrir le nouveau localisationnisme
- ♦ Comprendre les techniques invasives
- ♦ Reconnaître les techniques non invasives
- ♦ Distinguer entre choix unique et choix multiple
- ♦ Connaître l'apprentissage neuronal des choix
- ♦ Comprendre le rôle du cerveau face au plaisir
- ♦ Relier le cerveau à la surprise
- ♦ Différencier les décisions et les choix au niveau neuronal
- ♦ Explorer la consommation comme fin du choix
- ♦ Identifier le cerveau infantile et les choix
- ♦ Définir le cerveau adulte avant les choix
- ♦ Différencier le cerveau masculin et les choix
- ♦ Explorer le cerveau féminin et les choix
- ♦ Connaître l'importance des neurones miroirs dans le marketing
- ♦ Explorer le comportement social et prosocial dans le marketing
- ♦ Identifier l'apprentissage des décisions
- ♦ Apprendre sur la mémoire et l'oubli des décisions
- ♦ Distinguer les techniques neuronales invasives
- ♦ Différencier les techniques neuronales non invasives
- ♦ Explorer les cas d'application du neuromarketing



- ◆ Connaître les résultats du neuromarketing
- ◆ Identifier les nouvelles technologies de vente en rapport avec le cerveau
- ◆ Comprendre la relation entre le neuromarketing et les ventes
- ◆ Explorer la relation entre l'intelligence et les mathématiques
- ◆ Reconnaître la relation entre les intelligences multiples et les mathématiques
- ◆ Faire la différence entre les théories implicites et explicites de tendance
- ◆ Distinguer entre mode et mode neuronal
- ◆ Connaître la relation entre personnalité et comportement à risque
- ◆ Établir la relation entre le cerveau et le comportement à risque
- ◆ Distinguer les biais fondamentaux des mathématiques
- ◆ Comprendre les biais complexes des mathématiques
- ◆ Apprendre les émotions neuronales positives et l'économie
- ◆ En savoir plus sur les émotions négatives neuronales et l'économie
- ◆ Observer la réussite économique au niveau neuronal
- ◆ Découvrir l'échec économique au niveau neuronal
- ◆ Explorer la psychologie clinique et l'économie
- ◆ Vérifier la relation entre la personnalité et l'économie

“

Faites le pas pour vous mettre à jour sur les dernières nouveautés en matière de Neuromarketing et de Neuroéconomie”

03

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par une équipe de professionnels issus des meilleurs établissements d'enseignement et universités du monde, conscients de l'importance actuelle de la spécialisation innovante et engagés dans un enseignement de qualité grâce aux nouvelles technologies éducatives.





“

Un programme d'enseignement très complet, structuré en unités didactiques très développées, orienté vers un apprentissage efficace et, compatible avec votre vie personnelle et professionnelle”

Module 1. Bases des neurosciences

- 1.1. Le système nerveux et les neurones
 - 1.1.1. Connaître la formation du système nerveux
 - 1.1.2. Types de neurones
- 1.2. Base neurobiologique du cerveau
 - 1.2.1. Hémisphères et lobes cérébraux
 - 1.2.2. Localisationnisme versus Le fonctionnalisme du cerveau
- 1.3. Génétique et développement neural
 - 1.3.1. Des neurones indifférenciés
 - 1.3.2. Mort neuronale programmée
- 1.4. Myélinisation
 - 1.4.1. Communication électrique inter-neuronale
 - 1.4.2. Le rôle de la myéline dans les neurones
- 1.5. Neurochimie du cerveau
 - 1.5.1. Communication chimique interneuronale
 - 1.5.2. Les neurohormones et leurs fonctions
- 1.6. Plasticité et développement du cerveau
 - 1.6.1. Âge vs plasticité neuronale
 - 1.6.2. Le développement neuronal
- 1.7. Différences hémisphériques
 - 1.7.1. Le cerveau droit
 - 1.7.2. Le cerveau gauche
- 1.8. Connectivité inter-hémisphérique
 - 1.8.1. La matière blanche
 - 1.8.2. Différences entre les sexes
- 1.9. Localisationnisme versus Le fonctionnalisme
 - 1.9.1. Fonctions hémisphériques
 - 1.9.2. Nouveau localisationnisme
- 1.10. Techniques invasives et non invasives pour l'étude du cerveau.
 - 1.10.1. Techniques invasives
 - 1.10.2. Techniques non invasives.

Module 2. Neuromarketing

- 2.1. Le cerveau face aux décisions.
 - 2.1.1. Choix unique ou multiple.
 - 2.1.2. Apprentissage neuronal des choix.
- 2.2. Plaisir vs. Surprise
 - 2.2.1. Le cerveau face au plaisir.
 - 2.2.2. Le cerveau face à la surprise.
- 2.3. Le cerveau du consommateur.
 - 2.3.1. Décisions et choix au niveau neuronal.
 - 2.3.2. La consommation comme finalité du choix.
- 2.4. Les âges du cerveau.
 - 2.4.1. Le cerveau du nourrisson et les choix.
 - 2.4.2. Le cerveau adulte et les choix.
- 2.5. Cerveau Masculin vs. Cerveau féminin.
 - 2.5.1. Le cerveau masculin et les choix.
 - 2.5.2. Le cerveau féminin et les choix.
- 2.6. Neurones miroirs et comportement social.
 - 2.6.1. La pertinence des neurones miroirs dans le marketing.
 - 2.6.2. Le comportement social et pro-social dans le marketing.
- 2.7. Apprentissage et mémoire.
 - 2.7.1. Apprentissage de la décision.
 - 2.7.2. Mémoire et oubli des décisions.
- 2.8. Techniques d'évaluation du neuro-marketing.
 - 2.8.1. Techniques neuronales invasives.
 - 2.8.2. Techniques neuronales non invasives.
- 2.9. Succès et échecs du neuro-marketing.
 - 2.9.1. Cas appliqués de Neuro-Marketing.
 - 2.9.2. Résultats du Neuro-Marketing.
- 2.10. Technologies de vente versus Neuro-Marketing.
 - 2.10.1. Technologie de vente et cerveau.
 - 2.10.2. Neuro-marketing et ventes.



Module 3. Neuroéconomie

- 3.1. Le Cerveau Économique.
 - 3.1.1. Les chiffres et le cerveau.
 - 3.1.2. Les mathématiques et le cerveau.
- 3.2. Base neuronale des erreurs de calcul.
 - 3.2.1. Calculs simples vs. complexes.
 - 3.2.2. Erreurs mathématiques courantes.
- 3.3. Le développement du cerveau mathématique.
 - 3.3.1. Langage versus Les mathématiques au niveau du cerveau.
 - 3.3.2. Le développement mathématique.
- 3.4. Mathématiques versus Intelligence
 - 3.4.1. L'intelligence et les mathématiques.
 - 3.4.2. Les intelligences multiples et les mathématiques.
- 3.5. Tendances et modes au niveau neuronal.
 - 3.5.1. Théories implicites versus Théories explicites de la tendance.
 - 3.5.2. La mode et les modes neuronaux.
- 3.6. Prise de risque vs. Préservation.
 - 3.6.1. Personnalité et risque.
 - 3.6.2. Le cerveau et le risque.
- 3.7. Les biais mathématiques.
 - 3.7.1. Biais mathématiques de base.
 - 3.7.2. Biais mathématiques complexes.
- 3.8. Émotions versus L'économie.
 - 3.8.1. Les émotions positives neurales et l'économie.
 - 3.8.2. Les émotions négatives neurales et l'économie.
- 3.9. Succès et échec économiques.
 - 3.9.1. La réussite économique au niveau neuronal.
 - 3.9.2. L'échec économique au niveau neuronal.
- 3.10. Psychopathologie économique.
 - 3.10.1. Psychologie clinique et économie.
 - 3.10.2. Personnalité et économie.

04

Méthodologie d'étude

TECH est la première université au monde à combiner la méthodologie des **case studies** avec **Relearning**, un système d'apprentissage 100 % en ligne basé sur la répétition guidée.

Cette stratégie d'enseignement innovante est conçue pour offrir aux professionnels la possibilité d'actualiser leurs connaissances et de développer leurs compétences de manière intensive et rigoureuse. Un modèle d'apprentissage qui place l'étudiant au centre du processus académique et lui donne le rôle principal, en s'adaptant à ses besoins et en laissant de côté les méthodologies plus conventionnelles.



“

*TECH vous prépare à relever de nouveaux défis
dans des environnements incertains et à réussir
votre carrière”*

L'étudiant : la priorité de tous les programmes de TECH

Dans la méthodologie d'étude de TECH, l'étudiant est le protagoniste absolu. Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

Avec le modèle éducatif asynchrone de TECH, c'est l'étudiant qui choisit le temps qu'il consacre à l'étude, la manière dont il décide d'établir ses routines et tout cela dans le confort de l'appareil électronique de son choix. L'étudiant n'a pas besoin d'assister à des cours en direct, auxquels il ne peut souvent pas assister. Les activités d'apprentissage se dérouleront à votre convenance. Vous pouvez toujours décider quand et où étudier.

“

*À TECH, vous n'aurez PAS de cours en direct
(auxquelles vous ne pourrez jamais assister)”*



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

TECH se caractérise par l'offre des itinéraires académiques les plus complets dans l'environnement universitaire. Cette exhaustivité est obtenue grâce à la création de programmes d'études qui couvrent non seulement les connaissances essentielles, mais aussi les dernières innovations dans chaque domaine.

Grâce à une mise à jour constante, ces programmes permettent aux étudiants de suivre les évolutions du marché et d'acquérir les compétences les plus appréciées par les employeurs. Ainsi, les diplômés de TECH reçoivent une préparation complète qui leur donne un avantage concurrentiel significatif pour progresser dans leur carrière.

De plus, ils peuvent le faire à partir de n'importe quel appareil, PC, tablette ou smartphone.

“ *Le modèle de TECH est asynchrone, de sorte que vous pouvez étudier sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone où vous voulez, quand vous voulez et aussi longtemps que vous le voulez* ”

Case studies ou Méthode des cas

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures écoles de commerce du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, sa fonction était également de leur présenter des situations réelles et complexes. De cette manière, ils pouvaient prendre des décisions en connaissance de cause et porter des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard.

Avec ce modèle d'enseignement, ce sont les étudiants eux-mêmes qui construisent leurs compétences professionnelles grâce à des stratégies telles que *Learning by doing* ou le *Design Thinking*, utilisées par d'autres institutions renommées telles que Yale ou Stanford.

Cette méthode orientée vers l'action sera appliquée tout au long du parcours académique de l'étudiant avec TECH. Vous serez ainsi confronté à de multiples situations de la vie réelle et devrez intégrer des connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions. Il s'agissait de répondre à la question de savoir comment ils agiraient lorsqu'ils seraient confrontés à des événements spécifiques complexes dans le cadre de leur travail quotidien.



Méthode Relearning

Chez TECH, les *case studies* sont complétées par la meilleure méthode d'enseignement 100 % en ligne : le *Relearning*.

Cette méthode s'écarte des techniques d'enseignement traditionnelles pour placer l'apprenant au centre de l'équation, en lui fournissant le meilleur contenu sous différents formats. De cette façon, il est en mesure de revoir et de répéter les concepts clés de chaque matière et d'apprendre à les appliquer dans un environnement réel.

Dans le même ordre d'idées, et selon de multiples recherches scientifiques, la répétition est le meilleur moyen d'apprendre. C'est pourquoi TECH propose entre 8 et 16 répétitions de chaque concept clé au sein d'une même leçon, présentées d'une manière différente, afin de garantir que les connaissances sont pleinement intégrées au cours du processus d'étude.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions : une équation directe vers le succès.



Un Campus Virtuel 100% en ligne avec les meilleures ressources didactiques

Pour appliquer efficacement sa méthodologie, TECH se concentre à fournir aux diplômés du matériel pédagogique sous différents formats : textes, vidéos interactives, illustrations et cartes de connaissances, entre autres. Tous ces supports sont conçus par des enseignants qualifiés qui axent leur travail sur la combinaison de cas réels avec la résolution de situations complexes par la simulation, l'étude de contextes appliqués à chaque carrière professionnelle et l'apprentissage basé sur la répétition, par le biais d'audios, de présentations, d'animations, d'images, etc.

Les dernières données scientifiques dans le domaine des Neurosciences soulignent l'importance de prendre en compte le lieu et le contexte d'accès au contenu avant d'entamer un nouveau processus d'apprentissage. La possibilité d'ajuster ces variables de manière personnalisée aide les gens à se souvenir et à stocker les connaissances dans l'hippocampe pour une rétention à long terme. Il s'agit d'un modèle intitulé *Neurocognitive context-dependent e-learning* qui est sciemment appliqué dans le cadre de ce diplôme universitaire.

D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat technique, chat et vidéoconférence).

De même, ce Campus Virtuel très complet permettra aux étudiants TECH d'organiser leurs horaires d'études en fonction de leurs disponibilités personnelles ou de leurs obligations professionnelles. De cette manière, ils auront un contrôle global des contenus académiques et de leurs outils didactiques, mis en fonction de leur mise à jour professionnelle accélérée.



Le mode d'étude en ligne de ce programme vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux :

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

Les résultats de ce modèle académique innovant sont visibles dans les niveaux de satisfaction générale des diplômés de TECH.

L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure et des objectifs des cours est excellente. Sans surprise, l'institution est devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants sur la plateforme d'évaluation Trustpilot, avec une note de 4,9 sur 5.

Accédez aux contenus de l'étude depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet (ordinateur, tablette, smartphone) grâce au fait que TECH est à la pointe de la technologie et de l'enseignement.

Vous pourrez apprendre grâce aux avantages offerts par les environnements d'apprentissage simulés et à l'approche de l'apprentissage par observation : le Learning from an expert.



Ainsi, le meilleur matériel pédagogique, minutieusement préparé, sera disponible dans le cadre de ce programme :



Matériel didactique

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour le programme afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel afin de mettre en place notre mode de travail en ligne, avec les dernières techniques qui nous permettent de vous offrir une grande qualité dans chacune des pièces que nous mettrons à votre service.



Pratique des aptitudes et des compétences

Vous effectuerez des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques permettant d'acquérir et de développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit acquérir dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Résumés interactifs

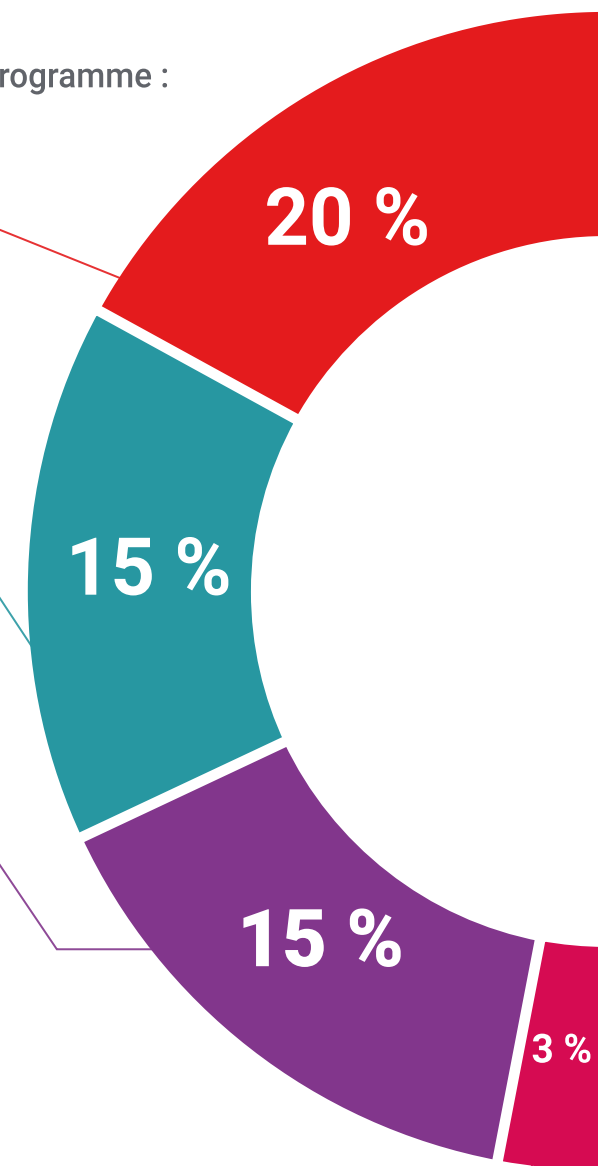
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

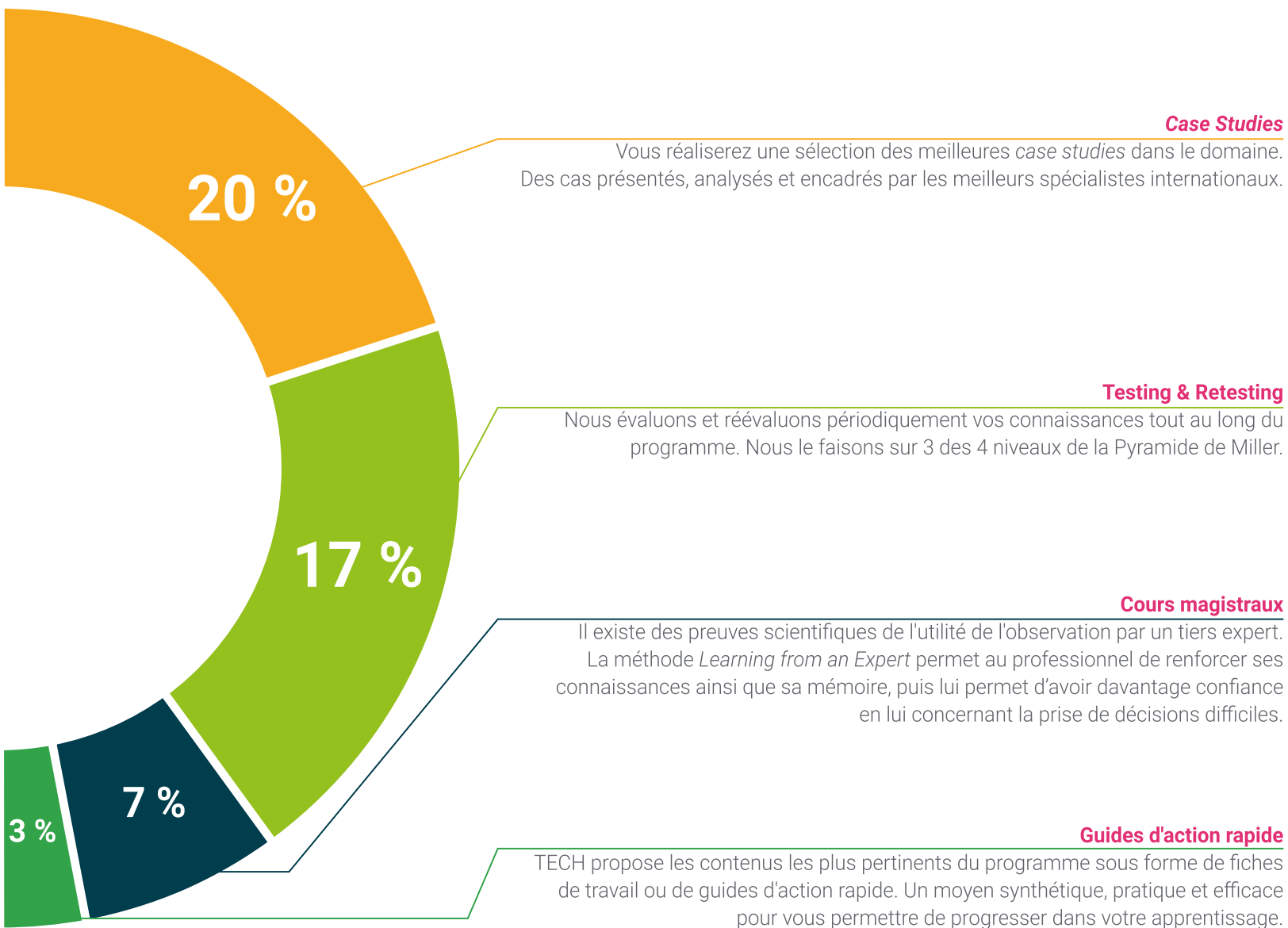
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux, etc... Dans notre bibliothèque virtuelle, vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour compléter votre formation.





05 Diplôme

Le **Certificat Avancé en Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie** garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par **TECH Global University**.



“

Finalisez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce programme vous permettra d'obtenir votre diplôme propre de **Certificat Avancé en Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie** approuvé par **TECH Global University**, la plus grande Université numérique au monde.

TECH Global University, est une Université Européenne Officielle reconnue publiquement par le Gouvernement d'Andorre (*journal officiel*). L'Andorre fait partie de l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur (EEES) depuis 2003. L'EEES est une initiative promue par l'Union Européenne qui vise à organiser le cadre international de formation et à harmoniser les systèmes d'enseignement supérieur des pays membres de cet espace. Le projet promeut des valeurs communes, la mise en œuvre d'outils communs et le renforcement de ses mécanismes d'assurance qualité afin d'améliorer la collaboration et la mobilité des étudiants, des chercheurs et des universitaires.

Ce diplôme propre de **TECH Global University**, est un programme européen de formation continue et de mise à jour professionnelle qui garantit l'acquisition de compétences dans son domaine de connaissances, conférant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit le programme.

Diplôme : **Certificat Avancé en Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie**

ECTS : 18

Heures Officielles: **450 h.**





Certificat Avancé
Neuromarketing et
Neuroéconomie en Psychologie

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 6 mois
- » Diplôme : TECH Global University
- » Accréditation : 18 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Certificat Avancé

Neuromarketing et Neuroéconomie en Psychologie

