

## DIPLOMADO / POSGRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN

### NEUROMARKETING Y NEUROVENTAS

*Diseñado para épocas de incertidumbre y crisis*

**SISTEMA ON LINE CON CLASES EN VIVO. FORMATO INTENSIVO**

**Único posgrado con entrenamiento cerebral en paralelo**

**\*Método Braidot Brain Gym**

#### DESTINATARIOS

---

Directivos, gerentes, profesionales y estudiantes de últimos años interesados en la aplicación de los conocimientos de las neurociencias a la conducción estratégica y operativa de marketing.

#### ENFOQUE

---

El conocimiento sobre el funcionamiento del cerebro –que crece a pasos agigantados– ha cambiado significativamente el paradigma del marketing tradicional. *Al focalizar en los procesos neurológicos que explican la percepción, las emociones, la conducta de compra y la toma de decisiones de los clientes ante los estímulos de marketing, las nuevas herramientas se erigen como un abanico de alternativas que minimizan la posibilidad de errores y reducen el intervalo de confianza de las investigaciones tradicionales.*

Los participantes se interiorizan sobre estos contenidos y, fundamentalmente, sobre sus aplicaciones en la práctica.

#### BENEFICIOS PARA LOS PARTICIPANTES

---

- Se interiorizan sobre las variables que componen el mix de marketing tradicional, su redefinición y sus aplicaciones prácticas a partir de los aportes de las neurociencias.
- Incorporan conocimientos fundamentales sobre el cerebro y su funcionamiento que son sumamente útiles, tanto para el desarrollo de inteligencia comercial como para su vida personal: potenciación de las capacidades intelectuales y emocionales.
- Se entrenan en la implementación del Método de Neuroventas desarrollado por el Dr. Néstor Braidot.

## BENEFICIOS ESPECIALES

---

*En forma paralela a la cursada, los participantes entrenan su cerebro con el **Método Braidot Brain Gym** obteniendo, en el corto plazo, un mejor desempeño, tanto a nivel cognitivo como emocional.*

## METODOLOGÍA

---

- Este programa se desarrolla en forma codirigida por la Universidad de Salamanca y el Instituto Braidot de Formación, organización pionera en la aplicación de las neurociencias a las actividades de marketing y ventas.
- Los participantes reciben **material de lectura** especialmente seleccionado para amenizar y profundizar el aprendizaje, con gran riqueza de investigaciones y casos, como así también las claves de acceso para material audiovisual específico.
- Las clases son esencialmente interactivas y están a cargo del Dr. Néstor Braidot y su equipo de especialistas y de la Universidad de Salamanca.

## DURACIÓN

---

El programa comprende tres etapas.

- **ETAPA 1:** Introducción a las neurociencias aplicadas orientadas a la especialidad de Neuromarketing y Neuroventas.
- **ETAPA 2:** se abordan en profundidad los temas relacionados con neuromarketing y neuroventas.
- **ETAPA 3:** consiste en una presentación en formato video, ppt o paper sobre un tema de interés del participante vinculado a la temática del curso.

## DIPLOMA

**Posgrado / Diplomado de especialización en Neuromarketing y Neuroventas.**

Doble certificación internacional emitido por la Fundación General de la Universidad de Salamanca y el Instituto Braidot de Formación.

## SOPORTE DE CLASES

---

- Material de lectura proporcionado por el Instituto Braidot de Formación.
- Material audiovisual (videos sobre los temas abordados).

#### Bibliografía adicional complementaria:

- Braidot, Néstor: **Cómo funciona tu cerebro**, Ed. Planeta, Barcelona 2012.
- Braidot, Néstor: **Neuromarketing**, Gestión 2000 (Madrid 2010) o Neuromarketing en acción (Editorial Granica (Buenos Aires 2011).
- Braidot Néstor, **Neuroventas**, Granica, Buenos Aires, 2013.
- Braidot Néstor, **Manual práctico de Neuroventas**, Granica, Buenos Aires 2017
- Braidot Néstor, **Manual de entrenamiento cerebral**, IBF Ediciones, Buenos Aires, 2015.

## CONTENIDOS

Todos los módulos incluyen prácticas de entrenamiento cognitivo y autoliderazgo emocional, con foco en la superación del estrés, y técnicas para el desarrollo de inteligencia y agilidad mental.

### ETAPA I: REVISIÓN DE LOS CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LAS NEUROCIENCIAS APLICADAS AL NEUROMARKETING Y LAS NEUROVENTAS

#### MÓDULO 1| LAS NEUROCIENCIAS EN LAS ÁREAS COMERCIALES DE EMPRESAS Y PROFESIONES

- *Neurociencias*. Cómo se aplican en distintas disciplinas y en el desarrollo del potencial individual aplicado a la dirección y el ejercicio profesional del marketing
- *El cerebro*: hemisferios, redes neuronales, neurotransmisores. Aplicaciones prácticas de estos conocimientos.
- Aplicaciones prácticas de estos conocimientos.
- Genética y epigenética. ¿Por qué hay personas más inteligentes que otras?

#### MÓDULO 2 | CEREBRO RACIONAL, CEREBRO EMOCIONAL. IMPLICANCIAS EN LA APLICACIÓN A LA DIRECCIÓN Y EL EJERCICIO PROFESIONAL DEL MARKETING

- Funciones ejecutivas del cerebro: en qué consisten y por qué es su importancia en las decisiones comerciales.
- El cerebro emocional: principales estructuras involucradas en la compra.... Y en la venta.
- Entrenamiento neurocognitivo y entrenamiento para el autoliderazgo emocional orientado a la gestión comercial exitosa
- Diferencias de género en el procesamiento racional y emocional.

### **MÓDULO 3 | PERCEPCIÓN, ATENCIÓN Y CONCENTRACIÓN. TÉCNICAS PARA POTENCIAR LAS HABILIDADES COMERCIALES**

- Mecanismos cerebrales de la percepción sensorial. Implicancias y aplicaciones prácticas marketing y ventas
- Neurobiología de la atención. Atención selectiva, sostenida y focalizada. Foco atencional, densidad de atención y atención plena. Técnicas para mejorar y potenciar los sistemas atencionales.
- Concentración y su aplicación a la gestión de marketing y ventas
- 

### **MÓDULO 4 | LA MEMORIA COMO INSUMO DE LA AGILIDAD MENTAL, LA INTELIGENCIA Y EL DESEMPEÑO EN FUNCIONES COMERCIALES Y DE VENTAS**

- Características neurobiológicas de la memoria y su importancia en la actividad de marketing.
- Memoria sensorial y memoria de operativa o de trabajo.
- Memorias de largo plazo: memoria episódica, memoria semántica, memoria priming.
- Implicancias de las emociones en la memoria.
- Técnicas para potenciar la recordación de marcas y productos.

## **ETAPA II: NEUROMARKETING Y NEUROVENTAS**

### **MÓDULO 2.1 | DEL MARKETING AL NEUROMARKETING. CÓMO LLEGAR AL CEREBRO DEL COMPRADOR**

- La revolución neurocientífica en el área comercial.
- Aplicaciones: cómo se estudian a nivel neurológico los mecanismos que determinan el posicionamiento de productos, servicios y marcas (neuroinvestigaciones).
- Cerebro racional y cerebro emocional del consumidor. Influencias en sus decisiones. Estrategias orientadas a trabajar sobre esa dualidad.
- Memoria emocional y memoria de impacto. Profundización. Influencias en el posicionamiento y la conducta de compra.

### **MÓDULO 2.2 | NEUROPRODUCTO Y NEUROBRANDING**

- De producto a neuroproducto. El cerebro emocional en el foco de la estrategia.
- Nuevos paradigmas: la felicidad y la confianza del consumidor como objetivo de largo plazo.
- Neurobranding: qué cambia y cómo cambia en la gestión estratégica y operativa de marcas.
- Neuroposicionamiento: qué es y cómo son las nuevas técnicas. Aplicaciones en productos, servicios y marcas.
- Producto real y producto percibido. Atributos funcionales y atributos perceptuales.

### **MÓDULO 2.3 | NEUROCANALES DE MARKETING**

- De canales de marketing a neurocanales de comunicación con el cliente.
- Orientaciones según el género: cómo compra una mujer, cómo compra un hombre. Aplicaciones en la estrategia de diseño, ambientación e implantación de un punto de ventas.
- Marketing de canales. Estrategias pull y push: innovaciones a la luz de las neurociencias. El canal como producto y como generador de valor. Técnicas de avanzada.
- El cliente en el punto de ventas: neuroinvestigaciones. Resultados y aplicaciones.

### **MÓDULO 2.4 | DE PRECIOS A NEUROPRECIOS**

- De la teoría a la práctica: cómo se estudian a nivel neurológico los mecanismos que determinan la percepción del precio.
- El aporte de la neuroeconomía. Ejemplos y casos.
- La percepción del precio en los cerebros masculino y femenino. El cómo y el porqué de la necesidad de diferenciación según el género del comprador.
- El cerebro emocional. Técnicas para reducir la sensibilidad al precio.

### **MÓDULO 2.5 | DE LA COMUNICACIÓN A LA NEUROCOMUNICACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES**

- Neurocomunicación en la estrategia integrada de neuromarketing.
- Comunicación dirigida a la mujer y comunicación dirigida al hombre. Detección de diferencias y marco de utilización.
- Comunicación emocional y comunicación racional. Cómo, cuándo y en qué proporciones aplicarlas.
- Neuronas espejo y comunicación. La interdependencia humana. Aplicaciones prácticas.

### **MÓDULO 2.6 | NEUROINVESTIGACIÓN**

- De las encuestas a la fMRI y otras técnicas neurocientíficas.
- Aplicaciones en diferentes mercados. Casos.
- Técnicas de investigación aplicada. Metodologías tradicionales y modernas: valor y utilidad en la información.
- Neuroinvestigaciones vs. toma de decisiones de marketing: nuevas herramientas para generar valor y minimizar la tasa de fracaso de productos y servicios.

### **MÓDULO 2.7 | NEUROCREATIVIDAD Y NEUROINNOVACIÓN EN EL ÁMBITO DEL NEUROMARKETING. PROCESOS CEREBRALES INVOLUCRADOS.**

- De la creatividad a la neurocreatividad: cómo trabajan las áreas comerciales de avanzada.
- Entramados neuronales generadores de creatividad. Aplicaciones.
- El proceso creativo en el área comercial.
- La importancia de las pausas para el trabajo cerebral metaconsciente.
- Cómo desarrollar y generar sinergia entre inteligencia, intuición y creatividad.



## MÓDULO 2.8 | NEUROVENTAS EN EL CONTEXTO DE NEUROMARKETING

- Neuroventas en el contexto del neuromarketing. Conceptualización y redefiniciones.
- Neurobiología de género aplicada: cómo venderle a ellas. Cómo venderle a ellos.
- Neurocomunicación: técnicas de avanzada en la formación del vendedor: lenguaje verbal y no verbal, detección de preferencias comunicacionales.
- El método de Venta Neurorrelacional® paso a paso. Contenidos y aplicaciones prácticas.