

PROGRAMA

BLOQUE I: HERRAMIENTAS DE NEUROMARKETING PARA FIDELIZAR CLIENTES (30 Horas)

- A. INTRODUCCIÓN A LA NEUROCIENCIA
- B. NEUROCIENCIA: METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN
- C. MARKETING SCIENCE, UNA NUEVA FORMA DE CONOCER AL CONSUMIDOR PARA FIDELIZARLO, ASPECTOS NORMATIVOS

BLOQUE II: GESTIÓN DEL ERROR EMPRESARIAL (30 Horas)

- A. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.TOMA DE DECISIONES Y ASPECTOS SOCIALES
- B. NEUROCIENCIA Y TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA PARA EVITAR EL ERROR
- C. APLICACIONES DE LA NEUROCIENCIA EN CASOS PRÁCTICOS