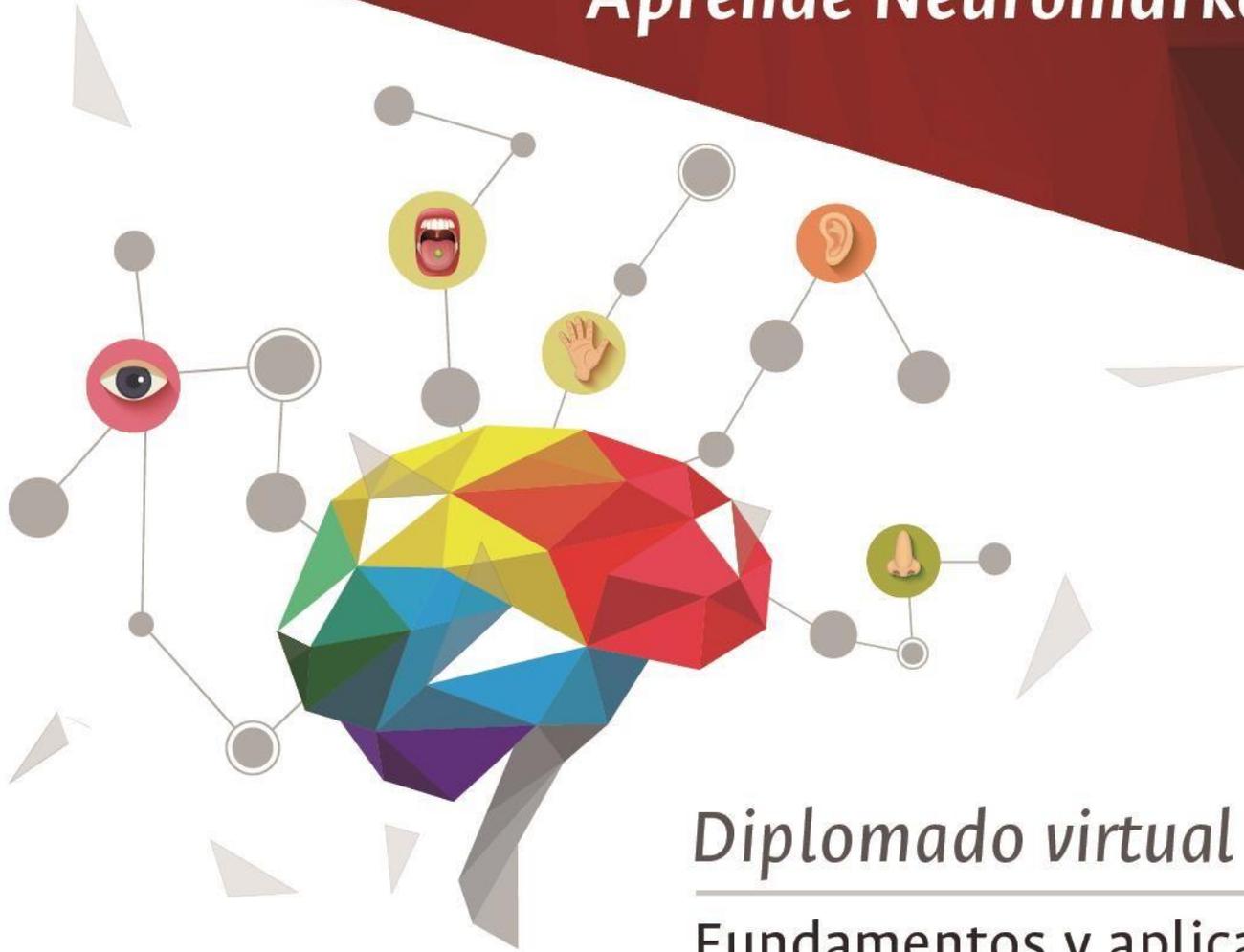


Convence, persuade, vende... Aprende Neuromarketing



Diplomado virtual

Fundamentos y aplicaciones
del **Neuromarketing**
De los **sentidos** a las **decisiones**

120 Horas

ORGANIZA:

Vicedecanatura de Investigación y Extensión y
Laboratorio de neurociencia cognitiva y comunicación
Facultad de Medicina
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

PRESENTACIÓN DIPLOMADO VIRTUAL

1. Modalidad

100% Virtual

2. Nombre

Fundamentos y aplicaciones del Neuromarketing: de los sentidos a las decisiones

3. Breve descripción comercial

- ¿Cómo funciona el cerebro?
- ¿Es posible influir en la toma de decisiones?
- ¿Cómo puedo mejorar mi práctica profesional para comunicar y persuadir?
- ¿Qué hace que las personas elijan un producto sobre otro?
- ¿Cómo puedo hacer presentaciones más efectivas?
- ¿Cómo puedo mejorar el impacto de mis procesos educativos?
- ¿Cómo debe diseñarse una página web, un folleto, la portada de un libro para tener un mayor impacto?

Para responder a las anteriores preguntas el Laboratorio de Neurociencia Cognitiva y Comunicación junto con Vicedecanatura de Investigación de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional de Colombia desarrollaron este curso por medio del cual se pretende brindar una visión general del Neuromarketing a partir de los últimos

ORGANIZA:

Vicedecanatura de Investigación y Extensión y
Laboratorio de neurociencia cognitiva y comunicación
Facultad de Medicina
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

avances investigativos de las aplicaciones de las neurociencias sobre las estrategias de marketing y comercialización, identificando las bases neurobiológicas que favorecen una mejor comprensión sobre la mente del consumidor.

4. Intensidad horaria

120 horas de trabajo virtual durante 10 semanas.

Horario: 12 horas semanales, de acuerdo a la disponibilidad del participante.

5. Dirigido a *

Psicólogos, Publicistas, Diseñadores gráficos, Economistas, Administradores de empresas, Fonoaudiólogos, Investigadores de mercado, Ingenieros industriales, Comunicadores sociales, Encargados de marketing farmacéutico, involucrados con la prevención y la promoción de la salud, Pedagogos y otros profesionales interesados en el estudio de la relación entre las neurociencias y la toma de decisiones de las personas en distintas situaciones y contextos.

6. Fecha de inicio

8 de Junio de 2020*

*Sujeto a número de inscritos.

7. Acreditación (Certificación) *

Se dará certificación de educación continua de la Facultad de Medicina a quienes superen en la sumatoria total de todas las actividades de los diferentes módulos con, una nota ponderada superior a 3.5 sobre 5.0.

ORGANIZA:

Vicedecanatura de Investigación y Extensión y
Laboratorio de neurociencia cognitiva y comunicación
Facultad de Medicina
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

8. Lugar de realización

Plataforma Moodle

9. Contenidos programáticos generales

Semana 1 y 2:	<i>Introducción</i> Módulo 1 ¿Cómo las neurociencias inspiran al marketing?
Semana 3 y 4:	Módulo 2 ¿Cómo funciona el cerebro?
Semana 5 y 6:	Módulo 3 ¿Cómo tomamos decisiones: percepción, razón y emoción?
Semana 7 :	Módulo 4 Técnicas y estudios de Neuromarketing
Semana 9	Módulo 5 Aplicaciones del Neuromarketing y casos de estudio.
Semana 10	Módulo 6 Diseño de proyectos

ORGANIZA:

Vicedecanatura de Investigación y Extensión y
Laboratorio de neurociencia cognitiva y comunicación
Facultad de Medicina
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

10. Tarifa plena

~~\$1.500.000.~~ descuento adicional del 25% por Contingencia del COVID-19
\$1.125.000

11. Descuentos (% y tipo de beneficio)

- 50% Estudiantes de pregrado de la UNAL
(~~\$750.000~~ 25% descuento adicional **\$562.000**)
- 30% estudiantes de posgrado de la UNAL
(~~\$1.050.000~~ 25% descuento adicional **\$787.000**)
- 20% Miembros de la comunidad universitaria (Docentes, investigadores, funcionarios, pensionados, egresados y contratistas) a pagar (~~\$1.200.000~~ 25% de descuento adicional **\$900.000**).
- 10% Grupos de cuatro o más participantes a través de un único comprobante de pago (\$1.350.000 25% de descuento adicional **\$1.012.000**).
- Se podrá presentar una propuesta empresarial para un grupo de 10 o más participantes con un descuento del 25%.

12. Proceso de inscripción

labneuroc_fmbog@unal.edu.co

Responsable: Flga. Costanza Beltrán

3138471281 – jcbeltranr@unal.edu.co

Laboratorio de Neurociencia Cognitiva y Comunicación.

Apoyo administrativo:

Yolima Argüello– yarguellog@unal.edu.co

ORGANIZA:

Vicedecanatura de Investigación y Extensión y

Laboratorio de neurociencia cognitiva y comunicación

Facultad de Medicina

Sede Bogotá



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

13. Contacto *

- Laboratorio de Neurociencias y Comunicación
labneuroc_fmbog@unal.edu.co
3138471281.
- Vicedecanatura de Investigación y Extensión, correo
gestionvice_fmbog@unal.edu.co
- Whatsapp: 3138471281

14. Contenidos programáticos

Durante la última década se ha evidenciado interés sobre el potencial y el impacto que genera el conocimiento de las neurociencias sobre diferentes actividades de marketing e investigación del consumidor, con especial atención en la aplicación en estrategias de comunicación y comercialización de productos y servicios.

El interés por el Neuromarketing no se restringe sólo a la investigación de mercado, abarca gran variedad de disciplinas como la comunicación, la sociología, la política, la psicología, la economía, la administración, el diseño y la publicidad. Por lo que el estudio del Neuromarketing constituye un avance importante en la comprensión del comportamiento del ser humano en todas las situaciones en las que estén involucrados los procesos de toma de decisiones y la formación de conductas. Lo anterior tiene vital importancia en los procesos en los que se tiene contacto con grupos humanos y es necesario comunicar y convencer con efectividad, algunos ejemplos que representan esto son el de la promoción y la prevención en salud, la seguridad del paciente y la educación.

ORGANIZA:

Vicedecanatura de Investigación y Extensión y
Laboratorio de neurociencia cognitiva y comunicación
Facultad de Medicina
Sede Bogotá



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Dado que el nuevo conocimiento sobre el funcionamiento del cerebro humano está comenzando a cambiar los paradigmas empresariales, comerciales e incluso sociales, la apuesta de formación del presente curso se enfoca en la comprensión global del cerebro y la facilitación de herramientas de análisis y acción que le permitan al estudiante generar innovación, conocimiento y desarrollo en diferentes campos de aplicación desde la perspectiva del procesamiento cognitivo, el análisis de la percepción, la emoción, la toma de decisiones y la conducta del consumidor.

ORGANIZA:

*Vicedecanatura de Investigación y Extensión y
Laboratorio de neurociencia cognitiva y comunicación
Facultad de Medicina
Sede Bogotá*



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA