

Diplomado en **Estrategias de Marketing Basadas en Neurociencia**

Conoce la mente de tu cliente.
Potencia tu marca.

 **Modalidad**
online

 80 horas

 4 módulos





Nuestros diplomados son diseñados para que adquieras conocimientos actualizados en áreas clave del desarrollo profesional.

Cada diplomado está compuesto por módulos, diseñados para abordar los temas de forma estructurada, práctica y con una mirada interdisciplinaria. Orientados a quienes buscan especializarse o iniciar una nueva trayectoria en su sector profesional.

¿Por qué estudiar este diplomado?

La toma de decisiones de consumo está profundamente influenciada por procesos cognitivos y emocionales. Este programa te brinda una comprensión avanzada sobre cómo el cerebro responde a estímulos de marketing, ayudándote a diseñar estrategias más efectivas, éticas y centradas en el cliente.



Objetivo del programa

Explorar la intersección entre neurociencia, comportamiento humano y ética, para desarrollar estrategias de marketing más efectivas, responsables e innovadoras.

Contenidos principales

- Neurociencia del consumidor.
- Branding y posicionamiento digital.
- Customer Journey y experiencia del cliente.
- Herramientas de neuromarketing y análisis emocional.

Módulos:

El diplomado consta de cuatro módulos impartidos por reconocidos Global y Regional Minds, quienes guiarán el proceso de aprendizaje con una mirada científica y práctica. Estos módulos son:



Carga horaria:
20 h por módulo



Modalidad
Online



Admirable futuro nuevo, donde exploran los escenarios posibles desde un punto de vista multidisciplinario, tecnológico, social y ético.



Gestión de marca: branding, donde se desarrollan habilidades relacionadas con la creación, el posicionamiento y la administración de marcas en el entorno digital.



Trayecto del cliente, donde se pone el foco en la experiencia del cliente y sus necesidades en la gestión de proyectos y productos.



Herramientas de Neuromarketing, donde se proporciona una visión actualizada de herramientas neurocientíficas tanto cognitivas como emocionales.

Global Minds:



Yuval Noah Harari

Historiador y Best-seller
"Sapiens: de animales a dioses".

Su investigación explora el
pasado para vislumbrar el
futuro.



Jaime Troiano

Ingeniero químico
titulado por la Facultad
de Ingeniería Industrial
(FEI) y sociólogo titulado
por la Universidad de São
Paulo (USP).



Antônio Damasio

Reconocido
neurocientífico y médico
neurólogo.



Suzana Herculano-Houzel

Neurocientífica especialista en
neuroanatomía comparada.

Admirable Futuro Nuevo

Desafíos globales. Decisiones con conciencia.

Objetivo del módulo

Reflexionar sobre los desafíos globales del siglo XXI, como la inteligencia artificial y la biotecnología, y los obstáculos que impiden enfrentarlos, basándose en el pensamiento de Harari.

Temas a abordar:

- Tecnología y sensibilidad humana
- Políticas para el desarrollo.
- Posverdad y confianza en la información.
- Futuro del trabajo en la era digital.

Resultados de aprendizaje

Evaluar los desafíos globales desde una perspectiva crítica y estratégica, aplicando ese análisis al marketing y la innovación en entornos complejos.

Trayecto del Cliente

Diseña experiencias. Entiende decisiones.

Objetivo del módulo

Desarrollar una mirada centrada en el cliente, utilizando técnicas para mapear su recorrido y mejorar su experiencia, con foco en decisiones funcionales, sociales y emocionales.

Temas a abordar:

- Customer centricity en gestión de productos.
- Análisis de necesidades y fricciones.
- Herramientas de mapeo del journey
- Mejora de la experiencia del cliente.

Resultados de aprendizaje

Construir el customer journey identificando patrones de comportamiento, deseos y emociones que inciden en las decisiones de compra.

Gestión de Marca: Branding

Construí marcas con valor.
Impacta con propósito.

Objetivo del módulo

Desarrollar habilidades para crear, posicionar y administrar marcas en entornos digitales, integrando activos intangibles y estrategias de comunicación efectiva.

Temas a abordar:

- Branding, e-branding y arquitectura de marca.
- Posicionamiento y presencia digital.
- Marcas con ADN digital y long tail.
- Medios pagados, ganados y propios.

Resultados de aprendizaje

Evaluar y aplicar estrategias efectivas para fortalecer el valor de marca a través de la gestión digital y el vínculo emocional con el consumidor.

Herramientas de Neuromarketing

Mirá lo que sienten. Medí lo que piensan.

Objetivo del módulo

Explorar el uso de herramientas neurocientíficas y biométricas para medir respuestas cognitivas y emocionales ante estímulos de marketing.

Temas a abordar:

- EEG, eye tracking, análisis facial.
- Métodos implícitos y biométricos.
- Integración multimodal.
- Neuromarketing e inteligencia artificial.

Resultados de aprendizaje

Planificar evaluaciones de estímulos de marketing utilizando herramientas neurocientíficas, seleccionando técnicas adecuadas para cada escenario.

Somos la Universidad N°1 de Ecuador.

Visita nuestra web y fórmate con nuestros

Global Minds Program

premium.uees.edu.ec