Neuromarketing Estratégico: cómo deciden los Consumidores

Virtual

UADE
BUSINESS SCHOOL

Neuromarketing Estratégico:
cómo deciden los Consumidores

Acerca del programa

Este programa surge como respuesta a la necesidad de integrar los avances científicos en neurociencias con las prácticas modernas de marketing y gestión comercial. En un contexto donde las decisiones de consumo son cada vez más complejas y están influenciadas por factores emocionales, sensoriales y cognitivos, comprender cómo funciona la mente del consumidor se convierte en una ventaja competitiva esencial.

Durante su desarrollo se ofrece una **visión actualizada y multidisciplinaria**, combinando conocimientos de neurociencias, psicología del consumidor y estrategias de marketing, para desarrollar enfoques más efectivos en la gestión de clientes y campañas comerciales. La incorporación de herramientas neurocientíficas permite analizar los procesos decisorios desde una perspectiva profunda, optimizando la experiencia del consumidor y la efectividad de las acciones de marketing.

Inicio: Septiembre 2027
Finalización: Octubre 2027
Clases: Martes, de 19 a 22 hs.

Objetivos del Programa

General
Adquirir una perspectiva de Marketing que incorpore la riqueza de los avances actuales en relación con los procesos intelectuales, sentidos y forma en que tomamos decisiones como consumidores.

Específicos
- Comprender los mecanismos biológicos desde el consumidor.
- Analizar la forma en que nuestra mente procesa las decisiones.
- Entender los artefactos sensoriales y su influencia en las decisiones.
- Incorporar herramientas de neurociencias para la mejor gestión de Clientes.
- Desarrollar iniciativas de Marketing incorporando neurociencias aplicadas.

Destinatarios
Pofesionales y graduados que quieran complementar/actualizar los conocimientos adquiridos en su formación o ámbito laboral, para una mejor gestión de Marketing y áreas Comerciales relacionadas.

Metodología de enseñanza
- Clases remotas sincrónicas semanales con MS Teams, de 3 horas.
- Actividades de análisis y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
- Trabajo en Equipo con transferencia al contexto laboral o profesional.
- Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.

¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de la Fundación UADE.
- Más de 60 años enseñando gestión de negocios.
- Más de 30 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la aplicación de conceptos en el ámbito profesional.
- Contenidos actualizados según las últimas tendencias y el desarrollo de mejores prácticas del mercado.
- Toma de decisiones gerenciales utilizando el método del caso.
- Interacción permanente entre docentes y participantes, enriqueciendo así la experiencia de capacitación.
- Docentes con vasta trayectoria profesional y gerencial.
- Infraestructura tecnológica de primer nivel.

Nuestros Valores y Competencias

- Trabajo en Equipo.
- Integración.
- Empoderamiento.
- Responsabilidad Social.
- Transformación de la Realidad.
- Gestión del Cambio.
- Creación de Valor
- Innovación.
- Liderazgo.
- Proactividad.
- Flexibilidad.
- Actualización.
- Toma de Decisiones.
- Emprendedurismo.

¿Qué beneficios ofrece este Programa?

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador.

Plan de estudio

Módulo 1 - Fundamentos Científicos para la Conducta del Consumidor
Mecanismos centrales, memoria, aprendizaje, percepción.
Inteligencias y decisiones.

Módulo 2 - Emociones, Sentidos y Consumidores
La información de los Sentidos, incorporación e interpretación.

Módulo 3 - Marketing Research basado en Neurociencias
Investigaciones de Marketing incorporando metodologías de neurociencias.

Módulo 4 - La estructura de capital Neurociencias en el ámbito Comercial
Incorporación de hallazgos de neurociencias a diversos aspectos centrales de Marketing, Producto, Pricing, Clientes.

Módulo 5 - Campañas e iniciativas de aplicación a Marketing
Ejemplos de aplicación de los conceptos incorporados a distintas campañas e iniciativas de Marketing concretos.

Cuerpo docente



JORGE ALMADA

- Docente en UADE Business School.
- Ingeniero en Electrónica, UTN y Master en Administración (IDEA) con un intercambio en Estados Unidos (University of San Diego)
- Doctorado en Ciencias Sociales (FLACSO).
- Luego de más de 25 años en posiciones directivas regionales en empresas como Coca-Cola, IGT, AT&T y NCR, se dedica hoy casi exclusivamente a la docencia de posgrado en distintas universidades como UADE, ITBA, Di Tella, San Andrés, Palermo y Siglo 21.
- Es consultor en temas de Marketing y Operaciones.

Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

Condiciones de Certificación

Quienes cumplan con el 75% de asistencia al programa, recibirán su certificado de Participación.

Valor y forma de pago del programa

Consultar en:

posgrados@uade.edu.ar

11 6210-4814

Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior Nº 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11

UADE
BUSINESS SCHOOL