



## 6. NEUROMARKETING: APRENDER LAS CLAVES PARA ENTENDER EL MUNDO ACTUAL

DAVID JUÁREZ VARÓN  
ANTONIO PÉREZ GÓMEZ

### Objetivo del Curso

- Aprender el concepto de neuromarketing
- Conocer herramientas para comprar mejor
- Aprender el potencial de los sentidos y la influencia del cerebro en las compras
- Claver para relacionarnos con otras personas

### Resumen del Curso

El neuromarketing es una nueva disciplina que ayuda a entender cómo funciona el cerebro y cómo toma decisiones. Con este curso el alumno va a aprender herramientas para entender el mundo actual: cómo compramos, cómo nos entretenemos, por qué reaccionamos ante distintos estímulos, por qué ahorramos con algunos productos y no nos importa gastar dinero en otros, etc.

### Temario del Curso

#### 1. NEUROMARKETING:

La radiografía del cerebro y el botón de compra.  
¡Qué diferencia entre comprar para ti y comprar para tu nieto!

#### 2. NEUROCOMUNICACIÓN:

Cómo comunicar para convencer a los demás.  
Ojalá hubiere sabido esto para ligar...

#### 3. HEURÍSTICOS:

Los atajos del cerebro para pensar más rápido.  
Tomar decisiones rápidas... aunque me arriesgue un poco.

#### 4. PREDICCIÓN AFECTIVA:

La intuición del cerebro para tomar decisiones.  
Cómo elegir haciendo caso a mi instinto.

#### 5. LA DISTANCIA PSICOLÓGICA:

El poder de la empatía y entender a los demás.  
Cómo lograr que los demás te entiendan y empaticen contigo.

#### 6. NEUROMARKETING EXPERIMENTAL:

El poder de organizar eventos memorables.  
Cómo organizar una fiesta alucinante.



---

**ÀREA DE LA UNIVERSITAT SÈNIOR**

**7. NEUROMARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS:**

La influencia del cerebro en las compras online.

¿Por qué nos da miedo comprar en internet y cómo solucionarlo?

**8. MARKETING SENSORIAL-PARTE 1:**

Medir las emociones cuando probamos productos.

La influencia de las marcas en el sabor.

**9. MARKETING SENSORIAL-PARTE2:**

Medir las emociones cuando probamos productos.

La influencia de las marcas en el olor.

**10. MARKETING SENSORIAL-PARTE3:**

Medir las emociones cuando probamos productos.

La realidad virtual como nuevo espacio de diversión.

**Prácticas**

Las prácticas se desarrollarán en cada sesión, utilizando equipos de neuromarketing para medir la respuesta del cerebro correspondiente a la actividad de cada sesión.