Experto universitario en

Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Acceso web: www.techtitute.com/psicologia/experto-universitario/experto-neuromarketing-neuroeconomia-psicologia

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Estructura y contenido — pág. 12

04 Metodología — pág. 16

05 Titulación — pág. 24

01

Presentación

Las Neurociencias se han convertido en los últimos años en referente para el desarrollo de distintas ramas del saber aplicados ya sea en la clínica, la educación, la lingüística, el marketing, pero también a otras tan novedosas como la economía, el liderazgo o la política, y todo ello gracia Las neurociencias se han convertido en los últimos años en referente para el desarrollo de distintas ramas del saber aplicados ya sea en la clínica, la educación, la lingüística o el marketing, pero también en otras tan novedosas como la economía, el liderazgo o la política, y todo ello gracias al avance de las técnicas de Neuro-Imagen, que superan los ya rudimentarios estudios anatómicos de hace unos años. s al avance de las técnicas de Neuro-Imagen, que superan los ya rudimentarios estudios anatómicos de hace unos años.





Esta especialización hace que los profesionales de este campo aumenten su capacidad de éxito, lo que revierte en una mejor praxis y en el beneficio social para toda la comunidad"

El neuromarketing es la aplicación de las técnicas de la neurociencia al marketing. Su objetivo es conocer y comprender los niveles de atención que muestran las personas a diferentes estímulos. De esta manera se trata de explicar el comportamiento de las personas desde la base de su actividad neuronal.

La finalidad del uso de estas técnicas en marketing es buscar la eficacia en sus decisiones. Averiguar a qué estímulos prestan más atención las personas y en cuáles no influye directamente en el comportamiento de la persona. Lo que se trata en este sentido es de comprender más y mejor a las personas. Por otra parte, la neuroeconomía es la ciencia que estudia cómo actúa el cerebro de la gente en la toma de decisiones económicas, lo cual permite entender las causas de la conducta, que ayudarán a desarrollar modelos capaces de predecir las decisiones.

Aspectos que a veces parecen demasiado técnicos o con un lenguaje complicado son abordados y explicados de forma clara y accesible para cualquier profesional interesado, con lo que tendrá una visión amplia de los aspectos teóricos y aplicados de las neurociencias en las distintas disciplinas en que actualmente se emplean.

Una oportunidad única de contemplar el amplio abanico de las neurociencias aplicadas en los más diversos ámbitos abordados con suficiente claridad para ser aplicados en la práctica profesional.

Los alumnos accederán a los últimos avances de las neurociencias a nivel teórico, además de aprender cómo aplicarlo en su profesión, ofreciendo de esta forma una ventaja cualitativa sobre otros profesionales del sector. Facilitando, igualmente, la incorporación al mercado de trabajo o la promoción en el mismo, con un extenso conocimiento teórico y práctico que mejorará sus habilidades en el desempeño de su puesto.

Este **Experto Universitario en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas del experto son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Neuromarketing y Neuroeconomía.
- Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional.
- Las novedades sobre Neuromarketing y Neuroeconomía.
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje.
- Su hincapié en metodologías innovadoras en Neuromarketing y Neuroeconomía.
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual.
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet.

Actualiza tus conocimientos a través del programa de Experto Universitario en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología"

Este experto puede ser la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización por dos motivos: además de poner al día tus conocimientos en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología, obtendrás un título de experto por la TECH - Universidad Tecnológica"

Aumenta tu seguridad en la toma de decisiones actualizando tus conocimientos a través de este Experto.

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la psicología, que vierten en esta especialización la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional de la psicología deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen. Para ello, el especialista contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo del neuromarketing y la neuroeconomía, y con gran experiencia.



02

Objetivos

El Experto Universitario en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología está orientado a facilitar la actuación del profesional interesado en estas temáticas, con gran aplicación en su ámbito laboral.





Este Experto te permitirá actualizar tus conocimientos en Neuromarketing y Neuroeconomía con el empleo de la última tecnología educativa, para contribuir con calidad y seguridad a la toma de decisiones"

Objetivos generales

- Introducir al alumno en el extenso mundo de las neurociencias desde una perspectiva práctica, para que conozca las distintas disciplinas que abarca el estudio del cerebro en relación con el comportamiento humano y sus posibilidades.
- Conocer las herramientas empleadas en la investigación y práctica de las neurociencias.
- Permitir el desarrollo de las habilidades y destrezas incentivando la formación continua y la investigación.

Objetivos específicos

- Saber sobre la formación del sistema nervioso.
- Comprender los tipos de neuronas.
- Identificar hemisferios y lóbulos cerebrales.
- Diferenciar entre localizacionismo y funcionalismo cerebral.
- Descubrir las Neuronas indiferenciadas.
- Conocer la Muerte neuronal programada.
- Reconocer la comunicación eléctrica interneuronal.
- Determinar el papel de la mielina en las neuronas.
- Comprender la comunicación química interneuronal.
- Clasificar las neurohormonas y sus funciones.
- Diferenciar entre la edad y la plasticidad neuronal.
- Descubrir el desarrollo neuronal.
- Conocer las peculiaridades del cerebro derecho.
- Desentrañar el cerebro izquierdo.
- Explorar la sustancia blanca.
- Reconocer las diferencias de género a nivel neuronal.
- Clasificar las funciones hemisféricas.
- Descubrir el nuevo localizacionismo.
- Comprender las técnicas invasivas.
- Reconocer las técnicas no invasivas.
- Distinguir entre elección única o múltiple.
- Conocer sobre el aprendizaje neuronal de elecciones.
- Comprender el papel del cerebro ante el placer.
- Relacionar al cerebro ante la sorpresa.
- Diferenciar entre las decisiones y elecciones a nivel neuronal.
- Explorar al consumo como fin de la elección.
- Identificar al cerebro infantil y elecciones.
- Definir el cerebro de adulto antes las elecciones.
- Diferenciar al cerebro masculino y las elecciones.
- Explorar el cerebro femenino y las elecciones.
- Conocer la relevancia de las neuronas espejo, en el marketing.
- Explorar la conducta social y pro social en el marketing.
- Identificar el aprendizaje de decisiones.
- Aprender sobre la memoria y el olvido de decisiones.
- Distinguir entre las técnicas neuronales invasivas.
- Diferenciar entre las técnicas neuronales no invasiva.
- Explorar los casos aplicados del neuromarketing.



- Conocer los resultados del neuromarketing.
- Identificar las nuevas tecnologías de ventas con respecto al cerebro.
- Comprender la relación entre el neuromarketing y las ventas.
- Explorar la relación entre la inteligencia y las matemáticas.
- Reconocer la relación entre inteligencias múltiples y matemáticas.
- Diferenciar entre teorías implícitas y explícitas de tendencia.
- Distinguir entre moda y modismo neuronal.
- Conocer la relación entre personalidad y conducta de riesgo.
- Establecer la relación entre el cerebro y la conducta de riesgo.
- Distinguir los sesgos básicos de las matemáticas.
- Comprender los sesgos complejos de las matemáticas.
- Aprender sobre las emociones positivas neuronales y la economía.
- Conocer sobre las emociones negativas neuronales y la economía.
- Observar el éxito económico a nivel neuronal.
- Descubrir el fracaso económico a nivel neuronal.
- Explorar la psicología clínica y la economía.
- Comprobar la relación entre personalidad y economía.

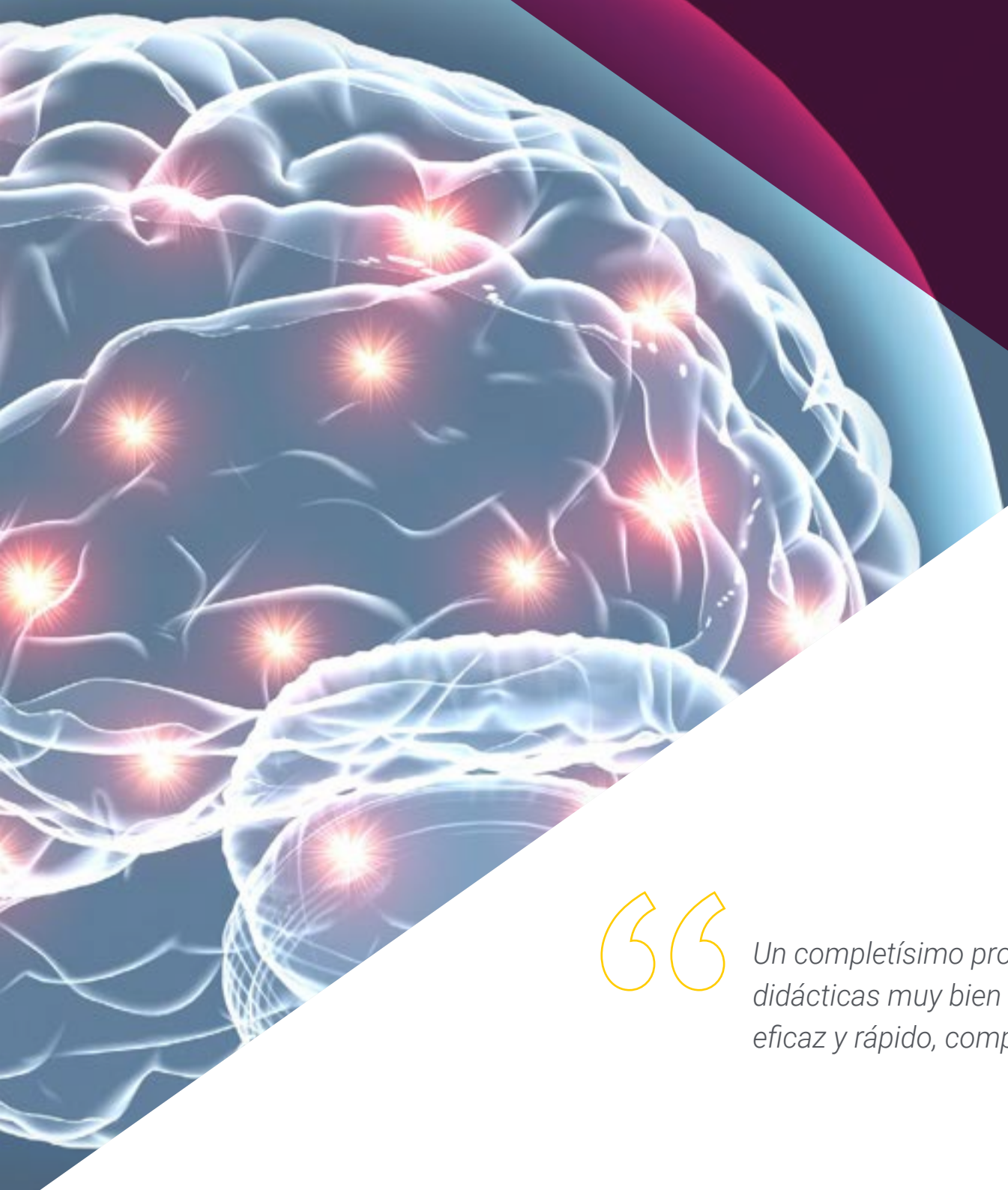
Da el paso para ponerte al día en las últimas novedades en Neuromarketing y Neuroeconomía”

03

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales de los mejores centros educativos y universidades del territorio nacional, conscientes de la relevancia de la actualidad de la especialización innovadora, y comprometidos con la enseñanza de calidad mediante las nuevas tecnologías educativas.





Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje eficaz y rápido, compatible con tu vida personal y profesional"

Módulo 1. Bases de las neurociencias

1.1. El sistema nervioso y las neuronas.
- 1.1.1. La formación del sistema nervioso.
- 1.1.2. Tipos de neuronas.

1.2. Bases neurobiológicas del cerebro.
- 1.2.1. Hemisferios y lóbulos cerebrales.
- 1.2.2. Localizacionismo vs. Funcionalismo cerebral.

1.3. Genética y desarrollo neuronal.
- 1.3.1. Neuronas indiferenciadas.
- 1.3.2. Muerte neuronal programada.

1.4. Mielinización.
- 1.4.1. La comunicación eléctrica inter-neuronal.
- 1.4.2. El papel de la mielina en las neuronas.

1.5. Neuroquímica del cerebro.
- 1.5.1. La comunicación química interneuronal.
- 1.5.2. Las neurohormonas y sus funciones.

1.6. Plasticidad y desarrollo cerebral.
- 1.6.1. Edad vs. plasticidad neuronal.
- 1.6.2. El desarrollo neuronal.

1.7. Diferencias hemisféricas.
- 1.7.1. Cerebro derecho.
- 1.7.2. Cerebro izquierdo.

1.8. Conectividad interhemisférica.
- 1.8.1. La sustancia blanca.
- 1.8.2. Diferencias de género.

1.9. Localizacionismo vs. Funcionalismo.
- 1.9.1. Funciones hemisféricas.
- 1.9.2. Nuevo localizacionismo.

1.10. Técnicas para el estudio del cerebro invasivas vs. no invasivas.
- 1.10.1. Técnicas invasivas.
- 1.10.2. Técnicas no invasivas.

Módulo 2. El neuromárketing

2.1. El cerebro ante las decisiones.
- 2.1.1. Elección única o múltiple.
- 2.1.2. Aprendizaje neuronal de elecciones.

2.2. El Placer vs. Sorpresa.
- 2.2.1. El cerebro ante el placer.
- 2.2.2. El cerebro ante la sorpresa.

2.3. El cerebro del Consumidor.
- 2.3.1. Decisiones y elecciones a nivel neuronal.
- 2.3.2. Consumo como fin de la elección.

2.4. Las edades del Cerebro.
- 2.4.1. Cerebro infantil y elecciones.
- 2.4.2. Cerebro de adulto y elecciones.

2.5. Cerebro Masculino vs. Femenino.
- 2.5.1. Cerebro masculino y elecciones.
- 2.5.2. Cerebro femenino y elecciones.

2.6. Neuronas espejo y Conducta Social.
- 2.6.1. La relevancia de las neuronas espejo en el marketing.
- 2.6.2. Conducta social y pro social en el marketing.

2.7. Aprendizaje y Memoria.
- 2.7.1. Aprendizaje de decisiones.
- 2.7.2. Memoria y olvido de decisiones.

2.8. Técnicas de evaluación del Neuro-Márketing.
- 2.8.1. Técnicas neuronales invasivas.
- 2.8.2. Técnicas neuronales no invasiva.

2.9. Éxitos y fracasos del Neuro-Márketing.
- 2.9.1. Casos aplicados del Neuro-Márketing.
- 2.9.2. Resultados del Neuro-Márketing.

2.10. Tecnologías de venta vs. Neuro-Márketing.
- 2.10.1. Tecnología de ventas y cerebro.
- 2.10.2. Neuro-Márketing y ventas.



Módulo 3. La neuroeconomía

3.1. El Cerebro Económico.
- 3.1.1. Los números y el cerebro.
- 3.1.2. Matemáticas y cerebro.

3.2. Bases neuronales de los errores de cálculo.
- 3.2.1. Cálculos simples vs. complejos.
- 3.2.2. Errores matemáticos habituales.

3.3. Desarrollo del cerebro matemático.
- 3.3.1. Lenguaje vs. Matemáticas a nivel cerebral.
- 3.3.2. Desarrollo matemático.

3.4. Matemáticas vs. Inteligencia.
- 3.4.1. Inteligencia y matemáticas.
- 3.4.2. Inteligencias múltiples y matemáticas.

3.5. Tendencias y modas a nivel neuronal.
- 3.5.1. Teorías implícitas vs. Explícitas de tendencia.
- 3.5.2. Moda y modismo neuronal.

3.6. Asunción de Riesgo vs. Conservación.
- 3.6.1. Personalidad y riesgo.
- 3.6.2. Cerebro y riego.

3.7. Sesgos matemáticos.
- 3.7.1. Sesgos básicos de matemáticas.
- 3.7.2. Sesgos complejos de matemáticas.

3.8. Emociones vs. Economía.
- 3.8.1. Emociones positivas neuronales y economía.
- 3.8.2. Emociones negativas neuronales y economía.

3.9. Éxito y fracaso económico.
- 3.9.1. Éxito económico a nivel neuronal.
- 3.9.2. Fracaso económico a nivel neuronal.

3.10. Psicopatología económica.
- 3.10.1. Psicología clínica y economía.
- 3.10.2. Personalidad y economía.

04

Metodología

Esta capacitación te ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.
Este sistema de enseñanza es utilizado en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del caso

Ante una determinada situación clínica, ¿qué harías tú? A lo largo del programa te enfrentarás a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberás investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los psicólogos aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

Con TECH el psicólogo experimenta una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo.



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional del psicólogo.

¿Sabías qué este método fue desarrollado en 1912 en Harvard para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los psicólogos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida, en capacidades prácticas, que permiten al psicólogo una mejor integración del conocimiento la práctica clínica.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



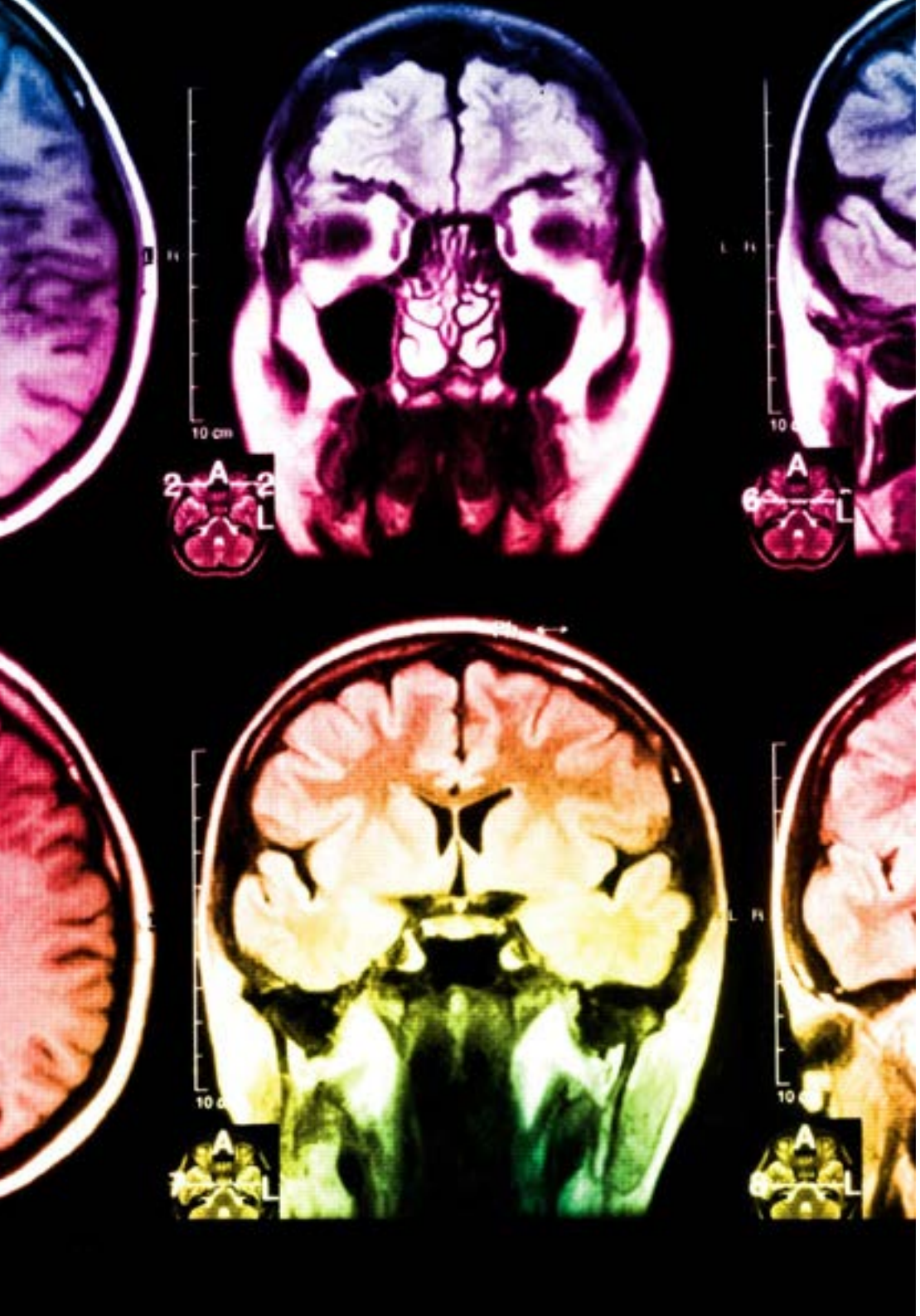
Relearning Methodology

En TECH potenciamos el método del caso de Harvard con la mejor metodología de enseñanza 100 % online del momento: el Relearning.

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina el estudio de casos clínicos con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina un mínimo de 8 elementos diferentes en cada lección, y que suponen una auténtica revolución con respecto al simple estudio y análisis de casos.

El psicólogo aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de software de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.





Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología hemos capacitado a más de 150.000 psicólogos con un éxito sin precedentes, en todas las especialidades clínicas. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene nuestro sistema de aprendizaje es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.

Durante toda tu formación, tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.
Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Técnicas y procedimientos educativos en vídeo

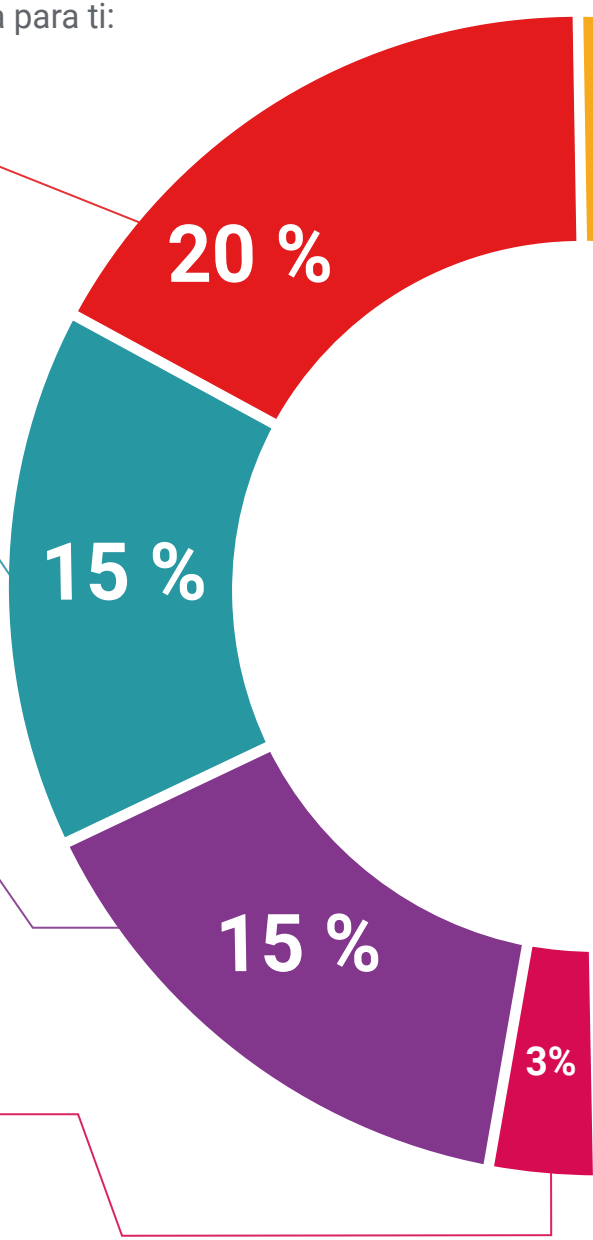
Te acercamos a las técnicas más novedosas, a los últimos avances educativos, al primer plano de la actualidad educativa. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para tu asimilación y comprensión. Y lo mejor, puedes verlos las veces que quieras.

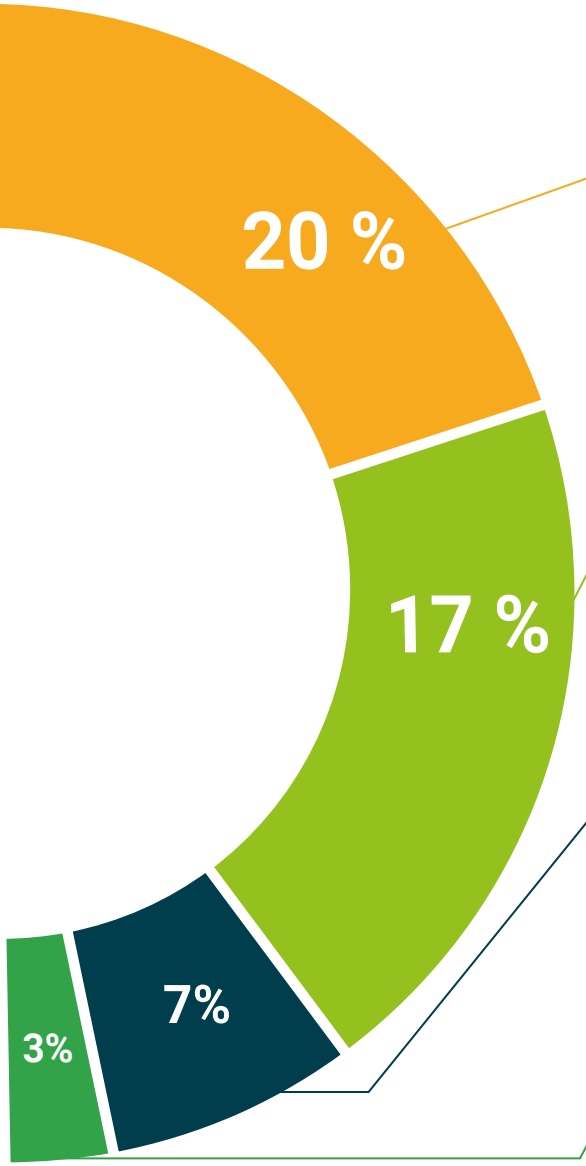
Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este sistema exclusivo de formación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa"

Lecturas complementarias

La participación en este curso te dará acceso a una biblioteca virtual en la que podrás complementar y mantener actualizada tu formación mediante los últimos artículos en el tema, documentos de consenso, guías internacionales...
Un recurso inestimable que podrás utilizar incluso cuando termines tu período de formación con nosotros.





Learning From an Expert

La observación de un experto realizando una tarea es la manera más efectiva de aprendizaje. Es el denominado Learning From an Expert: una manera contrastada de afianzar el conocimiento y el recuerdo de lo aprendido. Por ello, en nuestros cursos incluimos este tipo de aprendizaje a través de clases magistrales.

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo de este programa mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos: para que compruebes cómo vas consiguiendo tus metas.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

Te ofrecemos los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudarte a progresar en tu aprendizaje.

05

Titulación

El **Experto universitario en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología** le garantiza, además de la especialización más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto expedido por la **TECH - Universidad Tecnológica.**





Supera con éxito esta especialización y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites.

Este **Experto universitario en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Experto Universitario emitido por la **TECH - Universidad Tecnológica.**

El título expedido por la **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Experto en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología**

Nº Horas Oficiales: **450**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Experto en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su titulo en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario en Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Experto universitario en

Neuromarketing y Neuroeconomía en Psicología

