

# Neuromàrqueting

## 1a Edició

**Codi:** 224372

**Tipologia:** Curs d'especialització

**Crèdits:** 5.00

**Idioma:** Català

**Data d'inici:** 25/04/2023

**Data darrera sessió presencial:** 18/07/2023

**Data de finalització:** 18/07/2023

**Horari:** Dimarts de 17 a 20h. Les sessions es gravaran. Per tal que computi com a ASSISTÈNCIA caldrà visualitzar cadascun dels vídeos, com a màxim, set dies després de cada sessió.

**Lloc de realització:** L'estudiant pot escollir seguir les sessions presencialment al Parc Científic i Tecnològic de la UdG (aula 5) o bé per videoconferència a través de la plataforma zoom

**Places:** 25

## Preus i descomptes

**Preu:** 460 €

### 5% de descompte per alumnes i exalumnes de la Universitat de Girona.

437€ (150 € preinscripció + 287 € Matrícula)

### 5% de descompte per alumnes i exalumnes de màsters, postgraus i diplomes d'especialització de la Fundació UdGIF (Excepte si forma part de la mateixa estructura modular).

437€ (150 € preinscripció + 287 € Matrícula)

### 5% de descompte per persones amb discapacitat reconeguda.

437€ (150 € preinscripció + 287 € Matrícula)

### 5% de descompte per persones en situació d'atur en el moment de la matrícula.

437€ (150 € preinscripció + 287 € Matrícula)

### 5% de descompte per membres de famílies nombroses o monoparentals.

437€ (150 € preinscripció + 287 € Matrícula)

### 10% de descompte per empreses que matriculin 2 o 3 treballadors dins d'un mateix curs (el mateix curs acadèmic).

414€ (150 € preinscripció + 264 € Matrícula)

### 15% de descompte per empreses que matriculin 4 o més treballadors dins d'un mateix curs (el mateix curs acadèmic).

391€ (150 € preinscripció + 241 € Matrícula)

## Raons per fer el curs

- Actualitzar i ampliar els coneixements de màrqueting i neuromàrqueting.

- Adquirir eines noves per captar i fidelitzar clients.
- Aprendre a crear campanyes de captació de clients i de publicitat que connectin amb el públic objectiu.
- Conèixer estratègies noves per vendre en el món actual, i aprendre a aplicar aquestes estratègies a les xarxes socials.
- Desenvolupar la creativitat, el treball en vídeo i la publicitat.

## Presentació

El neuomàrqueting és una neurociència que s'utilitza per comprendre millor el comportament del consumidor i, així, poder optimitzar la comunicació d'una marca amb el seu públic objectiu. Les darreres investigacions en neuomàrqueting es combinen amb les tècniques de màrqueting tradicionals per generar un impacte més profund en els clients.

Aquesta disciplina està canviant la forma en què els professionals del màrqueting i les vendes estudien i optimitzen els resultats de les seves accions. Les empreses volen fer servir el neuomàrqueting per incrementar les vendes, fer que els clients tornin a comprar i augmentar els ingressos.

En aquest curs es treballen els conceptes i les pràctiques clau del neuomàrqueting. El coneixement pràctic es combina amb la teoria dels principis de la neurociència, per tal d'ajudar l'alumnat a comprendre la psicologia del consumidor i el seu comportament, i perquè aprengui a aplicar aquests coneixements al dia a dia d'una empresa per millorar les campanyes de publicitat i màrqueting, i les vendes en general.

## Objectius

- Entendre què és el neuomàrqueting i quins estudis i eines es fan servir.
- Saber com funciona el cervell del client, quin és el procés de decisió i de compra, com es rep i processa la informació exterior, i com s'hi pot incidir amb el neuomàrqueting.
- Entendre quins són els processos mentals que afecten el consum i quines són les vies de comunicació per arribar al subconscient del client.
- Treballar el màrqueting emocional i sensitiu: conèixer com es pot incidir en els sentits dels clients i consumidors; saber com incidir en el client amb les formes, els colors, les tipografies, l'embalatge i les presentacions; conèixer el procés *pain-claim-gain*, i crear una proposta de valor efectiva.
- Conèixer les diferents estratègies que es poden fer servir per aplicar el neuomàrqueting i fer un pla per posar-les en marxa.
- Saber crear un relat de marca (*storytelling*) del producte o servei, i aplicar-lo a la publicitat.
- Saber aplicar les tècniques de neuomàrqueting a les xarxes socials.

## Sortides professionals

- Empreses de vendes B2B (d'empresa a empresa) i B2C (d'empresa a consumidor).
- Comerç en general.
- Empreses de màrqueting i màrqueting digital.
- Empreses de publicitat.
- Empreses de consultoria empresarial i de negocis.
- Emprenedoria: persones que vulguin emprendre el seu projecte.

## A qui s'adreça

- Persones interessades en el màrqueting, les vendes i la neurociència.
- Emprenedors que vulguin engegar un negoci.
- Autònoms i empresaris que vulguin millorar les vendes del seu negoci.
- Treballadors i aturats que vulguin millorar les seves competències laborals i enriquir el currículum.

## Pla d'estudis

### Neuomàrqueting

#### 1. Introducció al neuomàrqueting

1.1 Inicis i història del neuromàrqueting

1.2 Eines d'estudi del neuromàrqueting: seguiment de la mirada (*eye tracking*), electroencefalogrames, ressonàncies magnètiques, etc.

## 2. El cervell del consumidor

2.1 El cervell triun de Paul MacLean

2.2 Els codis reptilians de Jürgen Klärle

2.3 El procés de compra del cervell CCOC

2.4 Sistemes de representació VAK (visual, auditiu, cinestèsic)

2.5 Processos mentals que afecten el consum (aprenentatge-memòria-pensament)

2.6 Llenguatge amb programació neurolingüística (PNL) i missatge de vendes

2.7 Gravació de la marca al cervell del client

2.8 Les vies (ràpida i lenta) de la presa de decisions

2.9 Neurotransmissors i la seva afectació en la compra

## 3. Estratègies de neuromàrqueting

3.1 *Pain-claim-gain*

3.2 Creació d'una proposta de valor

3.3 El pla de neuromàrqueting

3.4 Treball de la part emocional: màrqueting emocional

3.5 Les neurones mirall i l'exclusivitat

3.6 Fixació dels preus amb neuromàrqueting

3.7 Apel·lació als sentits del consumidor: màrqueting sensorial

3.8 Embalatge (*packaging*) i presentació del producte

3.9 Tipografies, formes i colors

3.10 Màrqueting olfactiu i gustatiu

3.11 Creació d'una estratègia de neuromàrqueting

## 4. *Storytelling*

4.1 El poder de les històries

4.2 Els elements d'una història

4.3 Emocions i imatges mentals

4.4 El protagonista: el nostre producte o servei

4.5 El conflicte: el nostre enemic a batre

4.6 El missatge principal per arribar al consumidor

4.7 Utilització de metàfores

4.8 Creació d'un *storytelling*

## 5. Neuromàrqueting a les xarxes socials

5.1 Treball de la primera impressió

5.2 Interacció amb els clients

5.3 Utilització del màrqueting emocional i l'*storytelling*

5.4 Creació de missatges que generin acció

5.5 El vídeo: el rei d'Internet

5.6 Música per arribar al cor

5.7 Utilització d'imatges personals

---

# Titulació

Certificat d'especialització en Neuromàrqueting per la Fundació UdG: Innovació i Formació

# Metodologia

La metodologia es basa en un treball teòric acompanyat de treballs pràctics i de dinàmiques per implementar els conceptes i saber aplicar-los en situacions reals.

## Sistema avaluació

- Avaluació continuada mitjançant treballs a classe, per aplicar els coneixements adquirits.
- Aquest curs consisteix a treballar un producte o servei des de l'inici fins al final.
- Per poder ser avaluat cal assolir un mínim del 80% d'assistència a les hores del curs.

## Finançament

### Finançament

#### Finançament bancari

Els estudiants matriculats poden finançar el pagament de la matrícula en quotes.

La Fundació ha establert convenis amb condicions preferents pels seus alumnes amb les següents entitats:

- [Sabadell Consumer](#)
- [CaixaBank](#)
- [Banc Santander](#)

#### Fundación Estatal para la Formación en el Empleo-FUNDAE (anteriorment Fundación Tripartita)

##### Informació:

Els treballadors d'una empresa privada tenen la possibilitat de bonificar formació a través de la *Fundación Estatal para la Formación en el Empleo-FUNDAE* (abans coneguda com a *Fundació Tripartida*).

Consulta què són les bonificacions de la formació a través de: [Fundación Estatal para la Formación en el Empleo - FUNDAE](#)

Els treballadors autònoms poden desgravar la factura nominal de la seva matrícula en la declaració de l'impost de l'IRPF.

##### Gestió:

Es podrà bonificar part o la totalitat de la formació, en funció de diversos paràmetres: tipus de docent, horari del curs i del treballador, saldo disponible de l'empresa, etc.

Aquesta anirà a càrrec de la persona matriculada o l'empresa que bonifica la formació i hauran de realitzar els tràmits amb FUNDAE essent responsables de la mateixa.

La Fundació s'encarregarà de proporcionar la documentació necessària per realitzar la gestió per part de la persona matriculada o empresa.

Podeu resoldre els vostres dubtes enviant un correu electrònic a: [economia.fundacioif@udg.edu](mailto:economia.fundacioif@udg.edu)

## Quadre docent

### Direcció

### Coordinació

### Professorat

#### Miguel Ibáñez Lorca

Formador i conferenciant especialitzat en Vendes, Màrqueting, Neuromàrqueting, Actitud i Motivació.

Format en Màrqueting i Publicitat, Creació i Gestió d'Empreses, i Màrqueting Digital. Amb més de vint-i-cinc anys d'experiència en el món de la venda, el Màrqueting i l'empresa. He treballat a petites i mitjanes empreses, i a multinacionals, venent, engegant projectes, portant equips de treball, i gestionant delegacions. Actualment, dirigeixo el meu projecte des de fa sis anys, com a formador i conferenciant especialitzat en Vendes, Màrqueting, Neuromàrqueting, Actitud i Motivació. També col·laboro amb empreses en l'àmbit del Màrqueting, fent campanyes i creant sinergies per captar i fidelitzar clients. I estic treballant en el llançament del meu

primer llibre sobre Neuromàrqueting en el transcurs d'aquest any.

---

\*La direcció es reserva el dret de modificar l'equip docent, si fos necessari, per garantir el nivell de qualitat i categoria professional.

# Neuromàrqueting

Inici curs: 25/04/2023

Data darrera sessió presencial: 18/07/2023

Fi curs: 18/07/2023

Data tancament acta avaluació: 21/07/2023

## Calendari

Data	Lloc	Inici matí	Fi matí	Inici tarda	Fi tarda
25/4/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
2/5/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
9/5/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
16/5/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
23/5/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
30/5/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
6/6/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
13/6/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
20/6/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
27/6/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
4/7/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5			17:00	20:00
11/7/2023	Parc Científic i			17:00	20:00

	Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5		
18/7/2023	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5	17:00	21:00