



AÑOS formando los líderes que transforman el país



ESTUDIA NUESTRO PROGRAMA

NEUROCIENCIA DEL CONSUMIDOR



Recibe diploma y credencial CESA

MARKETING



Modalidad	Duración
Blended	26 horas

Metodología

El programa sigue una metodología práctica y activa, combinando teoría y práctica. Los participantes aplicarán los conceptos a través de talleres, análisis de casos y experiencias sensoriales para optimizar la comunicación y las estrategias de marketing utilizando el neuromarketing.

¿Qué lograrás con el programa?



Analizar cómo el cerebro interpreta, evalúa y toma decisiones en entornos B2B y B2C, identificando el papel de la emoción, sesgos, contexto y experiencia, a partir de casos reales de marketing.



Aplicar tecnologías y modelos de medición cognitiva, afectiva y sensorial, integrándolos con herramientas de inteligencia artificial para evaluar experiencias de usuario en productos y servicios.



Diseñar productos y experiencias que conecten con el sistema sensorial y emocional del consumidor, utilizando principios de percepción, memoria y emoción.



Implementar modelos cognitivos y emocionales para mapear el recorrido del cliente, identificando momentos clave para intervenir y rediseñar interacciones.



Estructurar mensajes y campañas con alto poder persuasivo, utilizando principios de codificación cerebral y comunicación persuasiva basados en neurociencia.

Competencias y habilidades a desarrollar



Liderazgo



Pensamiento Crítico



¿Porqué deberías hacer este programa?

El neuromarketing es clave para optimizar la efectividad de las estrategias de marketing, ya que el 95% de las decisiones se basan en emociones (Marketsplash, 2023). Las estrategias que apelan a la emoción aumentan las ventas en un 23%, lo que resalta su importancia en el ámbito comercial.

**Fuente: Marketsplash. (2023). Estadísticas de neuromarketing. Recuperado de <https://marketsplash.com/es/estadisticas-de-neuromarketing/>*

¿Para quién es el programa?

El programa está dirigido a directores o gerentes de mercadeo, comerciales y de ventas, gerentes de marca, directores de comunicación, y profesionales interesados en explorar técnicas de marketing basadas en la neurociencia. Es adecuado para aquellos en posición de tomar decisiones en áreas como retail, publicidad, investigación y segmentación. El perfil de ingreso son profesionales en marketing, ventas, publicidad y comunicación, interesados en aplicar la neurociencia para mejorar las estrategias de mercadeo y la toma de decisiones.

¿Cuál es el contenido del programa?

Módulo 1

Neurociencia de la Decisión

(Contextualización del neuromarketing de marketing estratégico)

- La fisiología y neurobiología de las decisiones.
- Macro fuerzas, demográficos, genética, psicográficos y sistemas biológicos en las decisiones.
- El cerebro predictivo y los modelos de decisión: automatismos, emociones y sesgos.
- Los procesos cerebrales y su rol en el marketing.

Módulo 2

Medir la Mente

(Técnicas de la neurociencia y psicología experimental aplicadas al marketing)

- Taxonomía metodología y de fuentes de datos y cómo conectarlos con decisiones reales.
- Tecnologías de medición: EEG, eye-tracking, GSR, análisis facial, psicofísica, self-report y seguimiento digital.

- Cómo construir y evaluar un experimento: marco experimental básico (A/B testing, within-/between-subjects, factorial).
- Modelos de evaluación multisensorial y emocional en producto, servicio y experiencia.

Módulo 2

Aplicaciones Prácticas

(Del insight al impacto: multisensorialidad, journeys y comunicación persuasiva)

- Este módulo traduce los hallazgos de la neurociencia en herramientas concretas para rediseñar productos, experiencias y mensajes. Se divide en tres mini sesiones aplicadas:
- Multisensorialidad aplicada a producto y experiencia: cómo usar los sentidos para activar emociones y construir memorias duraderas.
- Customer journeys desde lo cognitivo y emocional: identificación de fricciones, puntos de decisión y oportunidades de intervención en el recorrido del cliente.

- Comunicación persuasiva basada en neurociencia: construcción de mensajes que capturan atención, generan conexión emocional y aumentan la recordación.

Mini Sesión 1:

Diseño Multisensorial para Productos y Experiencias

- Cómo responden el cerebro y el Cuerpo a forma, textura, sonido, aroma, color y temperatura.
- Modelos de congruencia sensorial y activación emocional (Ej. crossmodal correspondences y semantic binding).
- Casos reales en empaque, alimentación, fragancias, retail, espacios y experiencias digitales.

Mini Sesión 2:

Mapeo Cognitivo de Customer Journeys

- Detección de fricción cognitiva y emocional en los journeys.

- Modelos de carga cognitiva, memoria episódica y decisión no consciente.

- Cómo detectar “Turning points” y diseñar para el cambio de comportamiento.

Mini Sesión 3:

Comunicación Persuasiva desde la Neurociencia

- Atención, memoria y emoción en el lenguaje publicitario.
- Cómo usar estructuras narrativas, metáforas sensoriales y pruebas sociales.
- Tipos de procesamiento: semántico vs. afectivo vs. experiencial.

¿Quiénes son los expertos docentes?

Alejandro Salgado

Phd. Experto en neurociencia aplicada, comportamiento humano, estrategia de consumo y datos.

Cambios en los Programas y Docentes. El CESA se reserva el derecho de efectuar los ajustes necesarios para asegurar la adecuada ejecución de sus programas. Estos ajustes pueden incluir, entre otros, cambios en conferencistas o docentes, modalidades y fechas



AÑOS formando los líderes que transforman el país



VIGILADO MINEDUCACIÓN

CON EL **CESA** APRENDE A LO LARGO DE TU VIDA

Credencial Digital **CESA**

Docentes Expertos

Flexibilidad

Programas

Rutas de Aprendizaje

Coach Virtual de IA

Bootcamps

Diplomados

MARKETING



Para mayor información escríbenos a
nuestra línea de  **WhatsApp**

300 913 3574



[cesa.edu.co](https://www.cesa.edu.co)



CESA



[CESA_edu](https://www.instagram.com/CESA_edu)



[cesa_edu](https://www.twitter.com/cesa_edu)