



# PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

Las Neurociencias aplicadas a la empresa y las marcas.

Explicación:

Temarios Generales:

- **¿Cómo toman decisiones las personas?**
- ¿Cómo actúa tu cabeza?
- **Razón vs. Emoción.**
- **Las ciencias y el mercadeo.**
- La construcción del deseo: La forma de entender el verdadero reclamo inconsciente del sujeto. Necesidad vs deseo. Teoría cerebral de la compra.
- El Homo consumer: diferencias y similitudes entre géneros al momento de compra.
- Neuroventas: el cerebro como respuesta a todo acto de compra.
- El trabajo en equipo y su definición neurocientífica.
- Los pasos obligados para la innovación.
- La muerte de las 4 P de marketing.
- Cómo funciona el cerebro en la empresa.
- Teoría de los tres cerebros.
- Comunicación no verbal: la persuasión y el discurso efectivo. Efectividad discursiva en la venta de ideas.
- Métodos neuropsicológicos de negociación y mediación.
- Neuroinsights
- **Cómo tomar las decisiones correctas y justificadas.**
- Casos prácticos de Neurociencia aplicada al diseño, a la política y a la venta.
- Comportamientos del Consumidor.
- Técnicas psicoanalíticas para crear mensajes efectivos.

Para:

- Creativos
- Redactores

- Diseñadores que quieran empezar a hacer ideas
- Brand Managers
- Estrategas o Planners
- Communities o Content Managers
- Directores Creativos
- Supervisores Creativos o de Redes
- Vendedores o Jefe de Ventas

**Dictado por Sergio Bravo, CEO Psycobranding. Dirigido por Patricio García.**

Propiedad Intelectual Academia Animal de Costa Rica S.A.