



DISEÑO PEDAGÓGICO / CURRICULAR
DIVISIÓN EDUCACIÓN CONTINUA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

Identificación del Curso.

Nombre del curso	Nombre del instructor	ÁREA	DURACIÓN	MODALIDAD	HORARIO
Estrategias de Neuromarketing	Gustavo Adolfo Negron Toscano	MARKETING Y VENTAS	16 horas	Online	Miércoles 30 junio, Jueves 01, Viernes 02 (6PM-10PM) y Sábado 03 julio (9AM-1PM)

Fechas

Fecha de Inicio	Fecha de Finalización
Miércoles 30 de junio de 2021	Sábado 03 de julio de 2021

Descripción del curso

Este programa no sólo aumenta las posibilidades de que el participante mejore, sino que lo capacita para desempeñarse de manera eficaz y eficiente en las áreas relacionadas con ventas, marketing, área

Requisitos mínimos de entrada al Curso

Tener educación, interés o haber laborado en áreas relacionadas al marketing, las ventas o al servicio al cliente.
 Cualquier tipo de profesional, microempresario, emprendedor que tenga contacto con clientes en general.

Dirigido a:

Universitarios o profesionales que realicen estudios o laboren en áreas relacionadas a marketing, ventas o al servicio al cliente; cualquier tipo de profesional, microempresario o emprendedor que tenga

Objetivo/s del Curso.

*Inteligenciar al participante sobre la comprensión de la psicología y el comportamiento del consumidor como parte fundamental y conceptual de su gestión, de modo que pueda aplicar ese conocimiento para desarrollar métodos más estratégicos de captación de clientes.

*Desarrollar criterios y habilidades para impulsar ventas basado en neuromarketing y neurociencias, y además facilitar el proceso de atención al cliente, para que el participante pueda realizar un servicio de mayor calidad y enfocado en necesidades del consumidor.

Contenidos del Curso.*Temas Principales (Unidades)*

1. Neuromarketing y neurociencias
2. Entorno global de la empresa
3. Merchandising y comunicación persuasiva orientada a ventas

Temas secundarios o sub temas (por Unidad)

- 1.1 Introducción al neuromarketing y las neurociencias
- 1.2 Conocer al cliente: toma de decisiones y comportamiento en grupo
- 1.3 Productos, servicios y estrategias de marca según el neuromarketing
- 2.1 ¿Qué es lo que esperan y lo que no esperan nuestros clientes de nosotros?
- 2.2 Las razones del cambio hacia una cultura de calidad
- 2.3 Repercusiones de una mala calidad en el servicio en el ambiente de trabajo
- 3.1 Neuromarketing como apoyo al merchandising en puntos de venta
- 3.2 Tácticas de ventas que nunca fallan
- 3.3 Actitudes ante el cliente externo y ante el cliente interno
- 3.4 Comunicación persuasiva enfocada a ventas

*Temas Transversales (en caso de existir).***Estrategias de enseñanza - aprendizaje**

*Enseñanza de la especialidad a través de conocimiento y técnicas prácticas para replicar; *Desarrollo de la especialidad o materia impartida con enfoque en múltiples jerarquías empresariales (mandos)

Mecanismos de evaluación.

Evaluación diagnóstica		Evaluación final	
Técnica	Instrumento	Técnica	Instrumento
Cuestionario a resolver sobre temas re	Actividad individual práctica escrita	Cuestionario a resolver sobre temas re	Actividad individual práctica escrita y que debe ser enviada al docente por ma

En caso de requerir más espacios, insertar filas.

Entorno de Aprendizaje (Equipos, maquinarias, herramientas, materiales, materiales didácticos y de consumo para el desarrollo de la oferta de capacitación).

Instalaciones o Recursos	Fase teórica	Fase práctica
	Introducción al neuromarketing y las neurociencias; El cambio hacia una cultura de calidad; Actitudes ante el cliente externo e interno.	Técnicas de neuromarketing; Técnicas para una cultura de calidad en el servicio; Técnicas para una actitud positiva manejando clientes externos e
	Introducción al neuromarketing y las neurociencias; El cambio hacia una cultura de calidad; Actitudes ante el cliente externo e interno.	Técnicas de neuromarketing; Técnicas para una cultura de calidad en el servicio; Técnicas para una actitud positiva manejando clientes externos e
	Introducción al neuromarketing y las neurociencias; El cambio hacia una cultura de calidad; Actitudes ante el cliente externo e interno.	Técnicas de neuromarketing; Técnicas para una cultura de calidad en el servicio; Técnicas para una actitud positiva manejando clientes externos e

Brief (Resumen) de la trayectoria profesional y académica del instructor.

Como Licenciado en Comunicación Corporativa con Mención en Marketing, Maestrante en Innovación y Emprendimiento (OBS Business School/Universitat de Barcelona), y con una experiencia profesio

Carga horaria:	Horas prácticas	8
	Horas teóricas	8
Bibliografía:	fuerza de ventas de DIFARE, año 2020; Técnicas y estrategias del área comercial de NIRSA, año 2019; José Kont, Co Fundador de Neuromarketing,la, Certificado Internacional en Neuromanagement y Neurolider	

 firma del responsable del Diseño Curricular

Nombre y Apellido: Gustavo Negron
 Cédula No.: *0914742259