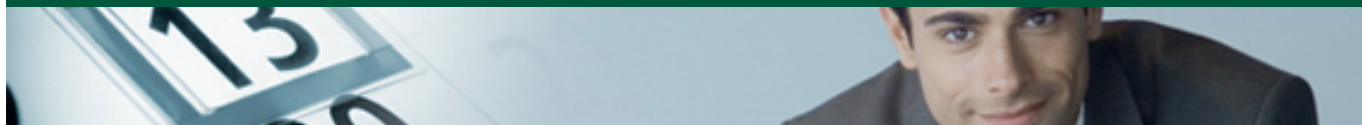


CURSOS OBERTS 2012

NEUROMARKETING I MARKETING SENSORIAL

ÀREA ACADÈMICA DE MÀRQUETING DIRECCIÓ COMERCIAL



HORARI

3 jornades de 16:00h. a 20:30h.

LLOC DE REALITZACIÓ

OPCIÓ CJ: **Camp Joliu.** Ctra. N-340, km.1202
43720 L'Arboç (Baix Penedès) TARRAGONA

OPCIÓ BCN: **Universitat Internacional de Catalunya**
c/Immaculada 22, 08017 Barcelona

OBJECTIUS

- Indagar i trobar explicacions profundes respecte al comportament del consumidor al davant la compra i respecte als estímuls que rep és el repte del màrqueting d'avui.
- Analitzarem les causes ocultes en la seva conducta i estudiarem, amb l'ajuda del neuromarketing, on i com s'originen els comportaments i els pensaments.
- Ens introduïrem en una visió de la marca com una construcció multisensorial que aproximarà als consumidors mitjançant les sensacions produïdes per l'estímul dels sentits: és el Màrqueting Sensorial.
- Veurem com les marques generen sensacions associades a experiències de plaer i com impacten en les estructures més metaconscients del sistema límbic.
- Veurem perquè es comenta que hem arribat a l'era polisensorial on, en les noves estratègies comercials, les marques s'identifiquen a través de la imatge, un nou tipus de música, una mateixa aroma, un sabor i un tacte.

A QUI ESTÀ ADREÇAT

- Directius de Màrqueting o Comercials, Empresaris, o qualsevol persona que tingui interès pel branding o estigui estudiant matèries relacionades amb el màrqueting i/o la psicologia, la publicitat i la comunicació en general.

PROFESSOR

• Xavier Borràs Llebaria (Director del curs)

Soci - Director de altavisió, consultoria dirigida a la Distribució Comercial i Comunicació. Brain Decision Braidot Center Manager in Barcelona. Postgraduat en Neuromarketing, Distribució Comercial i Coaching Fmtal Executiu i Personal. Especialista en el Comportament del Consumidor. Especialista en Formació Dinàmica. Expert Homologat Empreses en creixement de Barcelona Activa.

PROGRAMA

- Neuromarketing Sensorial: algunes aplicacions.
- Com interfereix o es complementen entre si els diferents estímuls sensorials per a conformar una percepció unificada.
- Com compra el teu cervell?
- No es tracta de condicionar la voluntat de compra del consumidor, sinó tot el contrari, es tracta de comprendre'l de forma més profunda incrementant tot el possible la seva satisfacció.
- El paper de les emocions com component clau en la presa de decisions.
- El neurocircuit de la intenció de compra, el sistema de recompensa i la generació d'un estat d'ànim positiu.
- El preu: un estímul més.

Reserva la teua plaça complimentant la fitxa que trobaràs a www.cjcontinua.org
i enviant-la per fax al 977 67 08 51 o per mail a vgalimany@cjcontinua.org

cjcontinua

L'escola de negocis per a la PIME.

Caixa  Penedès

Camp Joliu. Ctra. N-340, Km.1202
43720 L'Arboç (Baix Penedès) Tarragona
Tel. 977 16 76 49 Fax. 977 670 851
info@cjcontinua.org | www.cjcontinua.org