



Diplomado Internacional en NeuroMarketing y
Neurociencia aplicada a los Negocios 2016

INICIO: **Sábado, 22 de Octubre, 2016**

PRESENTACIÓN

El Diplomado Internacional en Neuromarketing y Neurociencia aplicada a los Negocios ofrece el conocimiento de la neurociencia teniendo como campo de aplicación al marketing, la publicidad y los negocios desde un punto de vista científico.

La neurociencia, luego de muchos años de estudio y permanente investigación a nivel mundial ha logrado grandes avances en el conocimiento del funcionamiento del sistema nervioso basado en los procesos de aprendizaje y memoria, y que luego se verá reflejado en la toma de decisiones y comportamiento como parte de la interacción social de los seres humanos.

El marketing, como disciplina comercial tiene como objeto de estudio a un grupo objetivo de personas denominados usuarios, seguidores o consumidores para obtener información que permita conocer patrones de comportamiento, gustos y preferencias, y lograr finalmente que se convierta en comprador y cliente cautivo de un determinado producto, servicio, empresa, marca, individuo o idea.

Desde siempre el marketing se ha valido de la investigación de mercados para conocer el entorno comercial y los consumidores, ahora la neurociencia aplicada al marketing optimiza la investigación hacia un mejor conocimiento del comportamiento del consumidor a través de los conocimientos científicos y visión multidisciplinaria de la neurociencia

BENEFICIOS

- Los participantes del diplomado accederán a diversos beneficios siendo los principales:
- Ingreso libre a eventos organizados por el Laboratorio de Neurociencia y Comportamiento de la Universidad Peruana Cayetano Heredia
- Acceso a la comunidad científica nacional especializada en neurociencia
- Consultoría permanente con los profesores del diplomado en marketing y neurociencia
- Clases magistrales con especialistas en publicidad, marketing y negocios de reconocida experiencia en el mercado
- Referencias bibliográficas en neurociencia
- Contacto con especialistas nacionales y extranjeros en neurociencia
- Acceso a encuentros y eventos con neurocientíficos internacionales visitantes

PROGRAMACIÓN

Duración : **6 meses**

Inicio : **22 de Octubre, 2016**

Horario : **Sábados 10 am - 1 pm y 3 pm - 6 pm**

Lugar : **Av. Armendáriz 445, Miraflores** (Campus Sur UPCH) > [VER MAPA](#)

Modalidad: **Presencial**

INVERSIÓN

Inscripción, admisión y evaluación de expediente: S/. 400

Matrícula : S/. 400

Pensión mensual : S/. 1000 (6 pensiones)

Certificación : S/. 740 (al finalizar el programa)

CENTRO DE PAGO

Banco de Crédito -BCP

N° 1931170686009

Realizar el pago por concepto CURSOS VARIOS - UPCH

INSCRIPCIÓN

Envío al email info@labneuro.com con copia: irma.troncoso.v@upch.pe

Asunto: Neuromarketing Inscripción

- 1) Voucher de pago de Inscripción (S/. 400)
- 2) Curriculum Vitae descriptivo (no documentado)

MATRÍCULA

Para ingresar oficialmente al sistema como alumnos de la Universidad Peruana Cayetano Heredia deben presentar los siguientes documentos en forma física:

- Copia de Bachiller, Título Universitario o Título Técnico Profesional (legalizada)
- Copia de DNI (legalizada)
- 2 fotografías tamaño pasaporte
- Declaración Jurada y Ficha de datos (será proporcionada una vez inscritos)
- Voucher por concepto de Matrícula: S/. 400

EL DIPLOMADO EN FACEBOOK

Pueden encontrar información adicional en nuestro sitio en Facebook:

<https://www.facebook.com/diplomadoneuromarketing>

DIRIGIDO A:

El Diplomado en Neuromarketing y Neurociencia aplicada a los Negocios está dirigido a Profesionales con grado de bachiller y/o profesionales de educación superior técnica, involucrados en temas de marketing, comunicación, negocios y áreas afines, interesados en aplicar los fundamentos científicos del comportamiento humano en entornos comerciales.

También podrán llevar el Diplomado estudiantes (*), empresarios y público en general (**) interesados en el conocimiento científico del consumidor.

(*) En el caso de estudiantes de últimos ciclos de educación universitaria o educación técnica superior podrán entregar una carta de compromiso donde se indique la condición de "Pendiente" y una vez obtenido el grado profesional podrán tramitar el Diploma.
(**) Reciben Certificado de Participación.

PERFIL DEL EGRESADO

Al final del diplomado, los profesionales obtendrán las siguientes competencias:

Integrar y aplicar los conocimientos científicos en proyectos comerciales con la finalidad de maximizar los beneficios de negocio y de comunicación esperados para un producto, servicio, individuo o idea.

Evaluar, planificar e implementar campañas de marketing y publicitarias desde un punto de vista analítico, optimizando el éxito y minimizando los riesgos de proyectos comerciales.

PLAN DE ESTUDIOS

El Diplomado en Neuromarketing y Neurociencia aplicada a los Negocios está compuesto por 6 módulos, los cuales han sido contruidos en base a contenidos especializados en las dos áreas de especialización: **Neurociencia** y **Marketing**, los cuales son dictados por especialistas de cada una de las áreas tratadas.

Debido a la naturaleza multidisciplinaria del diplomado en su conjunto (ciencia y negocios), cada módulo será dictado por especialistas de cada área con la finalidad de abordar los temas de una manera integral enfocándolo desde un punto de vista teórico-práctico, es por ello que cada módulo posee características mixtas entre ambas áreas.

Al llevar el Diplomado, los módulos deberán llevarse en el orden propuesto y en forma obligatoria siendo requisito imprescindible aprobar el modulo previo antes de llevar el siguiente. Una vez finalizado y aprobado el participante recibirá el diploma correspondiente por parte de Escuela de Postgrado de la UPCH.

Módulo 1: Neurociencia, Marketing y Negocios

Módulo Introductorio enfocado en el conocimiento de la neurociencia y su aplicación a los diversos ámbitos de la actividad humana.

Módulo 2: El cerebro humano, sociedad y emociones

Centrado en el estudio del sistema nervioso y la relación con el comportamiento humano en sociedad.

Módulo 3: Comportamiento del consumidor y toma de decisiones

Enfocado en el comportamiento humano desde las bases del aprendizaje y memoria.

Módulo 4: Marketing desde el punto de vista científico

Centrado en conocer la forma en que el sistema nervioso interpreta los mensajes de marketing.

Módulo 5: Decisiones Racionales y Emocionales

Enfocado en la toma de decisiones de los seres humanos en entornos comerciales considerando la razón y la emoción.

Módulo 6: Aplicaciones en Marketing, Publicidad y los Negocios

Módulo final que consolida los conocimientos de la neurociencia aplicada al marketing y los negocios sustentada en la investigación científica.

Neuro Talleres

Cada módulo cuenta con un taller final práctico el cual tiene como función principal la evaluación del alumno en grupos de trabajo, donde se revisarán y aplicarán los conocimientos adquiridos a lo largo del módulo. La metodología será 100% práctica y aplicativa.

Cada taller consta de análisis de casos, experimentos, revisión de material bibliográfico e

investigaciones en campo, y tendrá como producto final (entregable) un documento (físico o virtual) y/o material adicional (dependiendo el caso: fotos, videos, etc.), donde se detallará el resultado del trabajo de investigación.

STAFF DOCENTE

LUIS AGUILAR MENDOZA, PhD. (Neurociencia) - Coordinación General



Doctor en Neurociencia y Biología del Comportamiento por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, España. Postdoctorado en neurociencia, Universidad de Salamanca, España. Postdoctorado en Neurofisiología, Universidad de la República y IUPAB UK. Maestría en neurociencia, Universidad Internacional de Andalucía, España, realizó los estudios de pregrado en la Universidad Peruana Cayetano Heredia de Lima, Perú. Director del Laboratorio de Neurociencia y Comportamiento de la Universidad Peruana Cayetano Heredia. Presidente de la Sociedad para la Neurociencia del Perú (SONEP).

JORGE LUIS LINARES, Lic. (Publicidad, Marketing, Neurociencia) - Coordinación



Licenciado en Publicidad. Integrante de LABNEURO, Laboratorio de Neurociencia y Comportamiento, Universidad Peruana Cayetano Heredia. Investigador en neurociencia aplicada al marketing, publicidad y negocios, neurociencia y música. Profesor de Marketing, Neuromarketing, Shopper Marketing, Marketing Digital, Estrategias de Comunicación. Docente en Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas UPC, ISIL, Universidad Peruana Cayetano Heredia.

RICHARD CISNEROS, Ing. (Biología, Neurociencia) - Coordinación



Ingeniero Zootecnista, Universidad Nacional de Huancavelica. Integrante de LABNEURO, Laboratorio de Neurociencia y Comportamiento, Universidad Peruana Cayetano Heredia. Profesor de Biología y Neuroanatomía en UNIFE, Universidad Continental. Investigador y jefe de proyectos en temas de Neurociencia, Comportamiento, Producción y Negocios.

ATILIO FALCONI, PhD. (Neurofisiología, Uruguay)



Doctor en Neurociencia, Universidad de Salamanca (España). Técnicas de registro electrofisiológico de ondas cerebrales, funcionamiento de los sistemas sensoriales, comportamiento. Titular del Departamento de Fisiología, Laboratorio de Neurobiología del Sueño, Facultad de Medicina de la Universidad de la República, Uruguay.

GRACIELA FALCO, MD. (Neurología clínica, EEG, Uruguay)



Doctora en Medicina, Facultad de Medicina, Universidad de la República, UDELAR (Uruguay). Especialista en registro de señales electrofisiológicas - electroencefalografía (EEG). Profesora Asistente de Neurofisiología Clínica, Departamento de Neurología, Hospital de Clínicas, Facultad de Medicina, Universidad de la República, Uruguay.

DARÍO FLORES MARÍN, MBA (Marketing, Negocios)



MBA por la Universidad del Pacífico. Doctorando en Administración con mención en Marketing. Past Director de la carrera profesional de Marketing en ISIL. Ejecutivo con más de 20 años de experiencia, en puestos relacionados a las áreas de Gestión y Marketing en empresas e instituciones del sector comercial, servicios, asesoría y educación. Cuenta con amplia experiencia como consultor de empresas en las áreas de gestión y comercial.

REY LEÓN FLORES (Bioquímica, Neurociencia)



Especialista en Química y Bioquímica. Maestría en Evaluación y acreditación de la calidad Educativa. Integrante de LABNEURO, Laboratorio de Neurociencia y Comportamiento, Universidad Peruana Cayetano Heredia. Profesor e Investigador en el campo de Neurociencia y Comportamiento en la Facultad de Medicina UPCH, Facultad de Psicología UNIFE, FUNDET.

DAVID ACHANCCARAY DÍAZ, MSc. (Mecatrónica, Neurociencia)



Doctorando en Ingeniería Eléctrica en Northeastern University (USA). MSc. en Sistemas Mecatrónicos en la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (PUC-Río, Brasil). BSc. en Ingeniería Mecatrónica en la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI, Perú). Especialista en Brain Machine Interface (BMI) - Interface Cerebro Máquina, sistemas inteligentes embebidos procesando señales fisiológicas para la implementación de interfaces entre usuarios y dispositivos electrónicos. Consultor en aplicaciones de inteligencia de negocios, minería de datos e inteligencia artificial aplicada a robótica.

MARTÍN SANTIVÁNEZ (Publicidad, creatividad y comunicaciones)



Caracas, Quito y Miami.

Publicista, comunicador y educador con más de veinte años de trayectoria en creatividad e investigación académica en comunicación. Licenciado por la Pontificia Universidad Católica del Perú y con estudios de Maestría en la Pontificia Universidad Javeriana. Ha sido Director Creativo Regional de marcas de consumo masivo para la Región Andina y Centroamérica. Tras obtener varios premios a la creatividad publicitaria en Iberoamérica, dirigió el área creativa de la agencia FCB Mayo en Colombia durante seis años. Ha formado parte de grupos de trabajo regionales y globales en Lima, Bogotá,

ERICA SANO (Psicología, Investigación de Mercados)



Psicóloga de la Universidad Ricardo Palma. Especialista en marketing, investigación de mercado y opinión pública por la Universidad de Buenos Aires. Gerente general de ENFOQUE-Marketing Research and Consult. Estudios de preferencias, actitudes, fidelidad, motivaciones e intereses. Profesora de comportamiento del consumidor y shopper marketing.

RICARDO MAGUIÑA, MBA (Regulación Publicitaria y Protección del Consumidor)



Públicos, entre otros).

Director Ejecutivo del Consejo Nacional de Autorregulación del Perú (CONAR). Asesor de la Asociación Nacional de Anunciantes del Perú (ANANDA). Consultor Internacional de Organismos Internacionales (BID, BM, CAF, ONU, PNUD, Unión Europea, entre otros) y de las principales Agencias de Competencia y Protección al Consumidor en casi una docena de países en la Región. Presidente del Instituto Pro Competitividad y Consumo. Consultor en Supervisión y Regulación del Mercado (Protección al Consumidor, Publicidad, Competencia, Transparencia de la Información, Servicios

IVAN COCK (Publicidad, Producción Comercial)



Productor general de Gian Marco. Productor audiovisual, director ejecutivo de la Asociación Promotora Educativa de Música, Arte y Sonido (APROMAS). Coordinador de Studio 214 y profesor de la Escuela de Música de la UPC. Encargado del sello discográfico Caracola Records, empresa discográfica creada por Gian Marco. Desde hace más de 25 años, se desempeña como productor audiovisual y diez de ellos los ha dedicado a la discográfica.

INFORMES

LABNEURO – LABORATORIO DE NEUROCIENCIA Y COMPORTAMIENTO – LID (UPCH)

Av. Honorio Delgado # 430 Urb. Ingeniería. S.M.P.

Edificio LID (Laboratorios de Investigación y Desarrollo), Sótano, Laboratorio 007

Teléfono: (01) 785-7337

Email: info@labneuro.com

Horario de atención: Lunes a Viernes

9 am - 4 pm