

# DIPLOMA

---

**Angela Cebrian Benavides**

**71127820K**

Ha superado con evaluación positiva la Acción Formativa de Formación para el Empleo

**33 - COMM123PO Neuromarketing**

Se impartió mediante la modalidad de **Teleformación**, desde el **28/03/2025** hasta el **28/04/2025** con una duración **60.0** horas, desarrollada dentro de la convocatoria **Nacional 2022 Ocupados**, con número de Expediente **F220151AA**, mediante la subvención concedida por el **Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social** a la Entidad

**Interlang Servicios De Idiomas SL**

---

En Madrid, a 29 de abril de 2025



Acción Formativa: 33 Neuromarketing  
Familia Profesional: Comercio y marketing  
Contenidos formativos:

## **1. DEL MARKETING AL NEUROMARKETING.**

1.1. Conceptos y bases del neuromarketing.

1.2. Fundamentos de neuromarketing: Bases neuronales aplicadas a la conducta del consumidor y la toma de decisiones de compra.

1.3. Estructura y función cerebral.

1.4. Base científica del neuromarketing.

1.5. Memoria y atención.

1.6. Los cinco sentidos + 1

## **2. INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y DE MERCADOS.**

2.1. Estudios reales y casos prácticos.

2.2. Investigación en conducta del consumidor.

2.3. Analítica en comportamiento de compra.

## **3. LABORATORIO DE NEUROMARKETING**

3.1. Herramientas de análisis.

-Medidores de atención:

Eyetracking monitorizado.

Eyetracking glasses.

Eye-finger tracking aplicado a dispositivos móviles.

-Medidores de emocionales:

GSR – Cardio.

Apertura de pupila.

Movimiento de cabeza.

Reconocimiento facial.

Resonancia Magnética Funcional.

Técnicas Electrofisiológicas: EEG y electromiografía.

Tomografía.

3.2. Ejemplos aplicados a la realidad del mercado.

#### **4. PERCEPCIONES Y REALIDADES.**

4.1. Condicionantes de nuestras percepciones.

4.2. Los sentidos.

#### **5. FUNDAMENTOS DE MARKETING A TRAVÉS DEL NEUROMARKETING**

5.1. Aplicación de conocimientos.

5.2. Branding: neuromarketing aplicado al posicionamiento de productos y marcas.

5.2. Las 4P y el neuromarketing.

5.3. Conceptualización, comunicación e imagen.

5.4. Comunicación promoción y publicidad.

5.5. Diseño del producto y su ubicación.

5.6. Ecommerce.

#### **6. PUBLICIDAD Y MANIPULACIÓN.**

6.1. Patrones biológicos de comportamiento en las compras.

6.2. Las neuronas espejo.

6.3. La tendencia a seguir a los demás.

6.4. Factores endógenos y exógenos que alteran conductas en consumo.

**[www.talentus.app](https://talentus.app)**

Puede descargar una copia de verificación de este diploma en <https://talentus.app>.