



## 6. NEUROMÀRQUETING: APRENDRE LES CLAUS PER A ENTENDRE EL MÓN ACTUAL

DAVID JUÁREZ VARÓN  
ANTONIO PÉREZ GÓMEZ

### Objectiu del curs

- Aprendre el concepte de neuromàrqueting.
- Conèixer eines per a comprar millor.
- Aprendre el potencial dels sentits i la influència del cervell en les compres.
- Claus per a relacionar-nos amb altres persones.

### Resum del curs

El neuromàrqueting és una nova disciplina que ajuda a entendre com funciona el cervell i com pren decisions. Amb aquest curs, l'estudiant aprendrà eines per a entendre el món actual: com comprem, com ens entretenim, per què reaccionem davant de diferents estímuls, per què estalviem amb alguns productes i no ens importa gastar diners en uns altres, etc.

### Temari del curs

#### 1. NEUROMÀRQUETING:

La radiografia del cervell i el botó de compra.

Quina diferència hi ha entre comprar per a tu i comprar per al teu net!

#### 2. NEUROCOMUNICACIÓ:

Com es pot comunicar per a convèncer la resta.

Tant de bo haguera sabut això per a lligar...

#### 3. HEURÍSTICA:

Les dreceres del cervell per a pensar més ràpid.

Prendre decisions ràpides..., encara que m'arrisque una mica.

#### 4. PREDICCIÓ AFECTIVA:

La intuïció del cervell per a prendre decisions.

Com triar fent cas al meu instint.

#### 5. LA DISTÀNCIA PSICOLÒGICA:

El poder de l'empatia i entendre els altres.

Com es pot aconseguir que els altres t'entenguen i empatitzen amb tu.

#### 6. NEUROMÀRQUETING EXPERIMENTAL:

El poder d'organitzar esdeveniments memorables.

Com podem organitzar una festa al·lucinant.



---

**ÀREA DE LA UNIVERSITAT SÈNIOR**

**7. NEUROMÀRQUETING I NOVES TECNOLOGIES:**

La influència del cervell en les compres en línia.  
Per què ens fa por comprar en Internet i com solucionar-ho.

**8. MÀRQUETING SENSORIAL - PART 1:**

Mesurar les emocions quan provem productes.  
La influència de les marques en el sabor.

**9. MÀRQUETING SENSORIAL - PART 2:**

Mesurar les emocions quan provem productes.  
La influència de las marques en l'olor.

**10. MÀRQUETING SENSORIAL - PART 3:**

Mesurar les emocions quan provem productes.  
La realitat virtual com a nou espai de diversió.

**Pràctiques**

Les pràctiques es desenvoluparan en cada sessió, utilitzant equips de neuromàrqueting per a mesurar la resposta del cervell corresponent a l'activitat de cada sessió.