



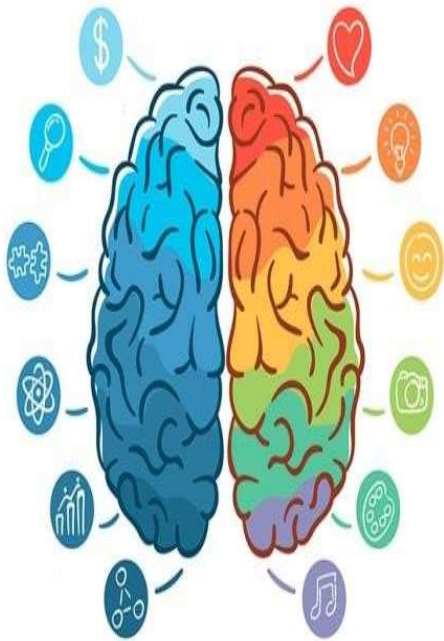
<b>Título del documento</b>	
INTRODUCCION AL NEUROMARKETING	
<b>Nombre del docente</b>	
CAROLINA TENORIO MORALES	
<b>Fecha de producción</b>	<b>Lugar</b>
29 DE JULIO DE 2022	QUERÉTARO, QRO.
<b>Programa educativo (Marque un solo programa con una X):</b>	
P.8 Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia -Intensivo	
<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Unidad Temática</b>
TENDENCIAS DE MERCADO Y CONSUMIDOR GLOBAL.	II. FUNDAMENTOS DE NEUROMARKETING.
<b>Propósito</b>	
Conocer el concepto del neuromarketing, antecedentes y origen.	
<b>Referencia (en formato APA):</b>	<b>Licencia Creative Commons:</b>
Castillo, E. (2014). <b>Para crear anuncios efectivos utilizando Neuromarketing</b> (1st ed., p. 3). Quito. Blanco, R. Á. (2011). <b>Neuromarketing, fusión perfecta. Seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes</b> . Madrid, España.: Pearson Educación S.A. Autor corporativo, <b>Neuromarketing.la</b> , Consultado el 29 de julio de 2022, <a href="https://neuromarketing.la/2016/02/la-historia-del-neuromarketing/">https://neuromarketing.la/2016/02/la-historia-del-neuromarketing/</a>	

# INTRODUCCIÓN AL NEUROMARKETING

M EN A. CAROLINA TENORIO MORALES

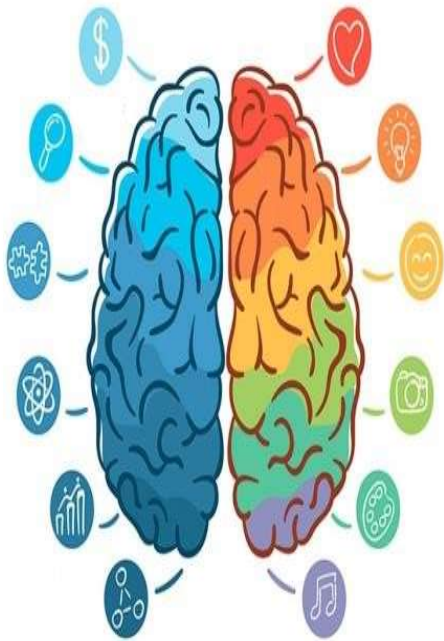
Viernes 29 de julio de 2022

# I. INTRODUCCIÓN



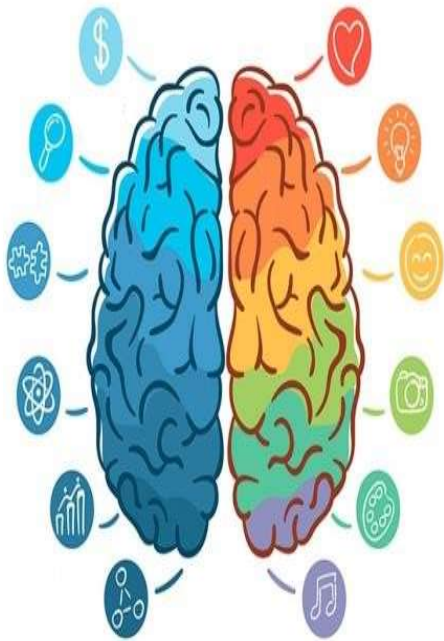
¿Cómo reacciona el cerebro ante las alternativas?

# I. INTRODUCCIÓN



¿Por qué compramos una determinada marca de detergente o de cualquier otro producto?

# I. INTRODUCCIÓN



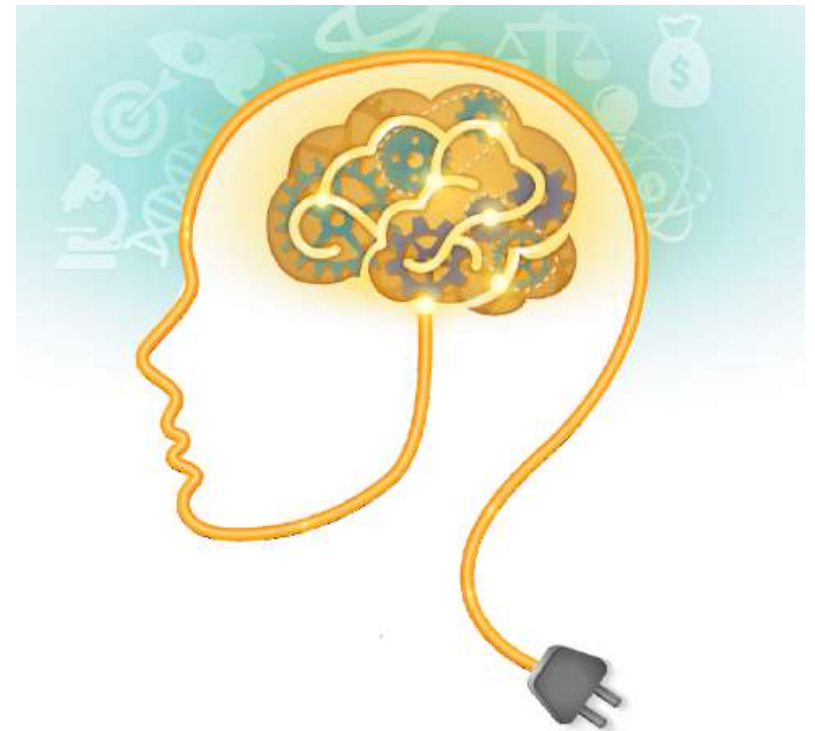
“Las grandes decisiones implícitas en la vida humana tienen como regla general mucho más que ver con los instintos y otros misteriosos factores inconscientes que con aspectos conscientes y una razonabilidad bien intencionada”. Tal y como afirmó el psiquiatra Carl Gustav Jung (1875-1961)

# I. INTRODUCCIÓN

Basado en la **neurociencia** y la **neuropsicología**,

**El Neuromarketing** estudia la forma en que el cerebro responde a los mensajes publicitarios.

(Castillo,2014).



## 2. ANTECEDENTES

### La historia del neuromarketing

El secreto mejor guardado

Paul Ekman y sus colegas realizan extensos estudios sobre las **expresiones faciales** humanas



'70



©2014 Dainoff/Owens, S.A.

Se busca el término por primera vez en **Google**

Google

2000



**Ale Smidts** acuña el término neuromarketing



2002



**Forbes** le dedica una portada "En busca del botón de comprar"

Forbes

2003



**The Pepsi Challenge**



2004



Nace la asociación de **Neuromarketing Science and Business**



2012

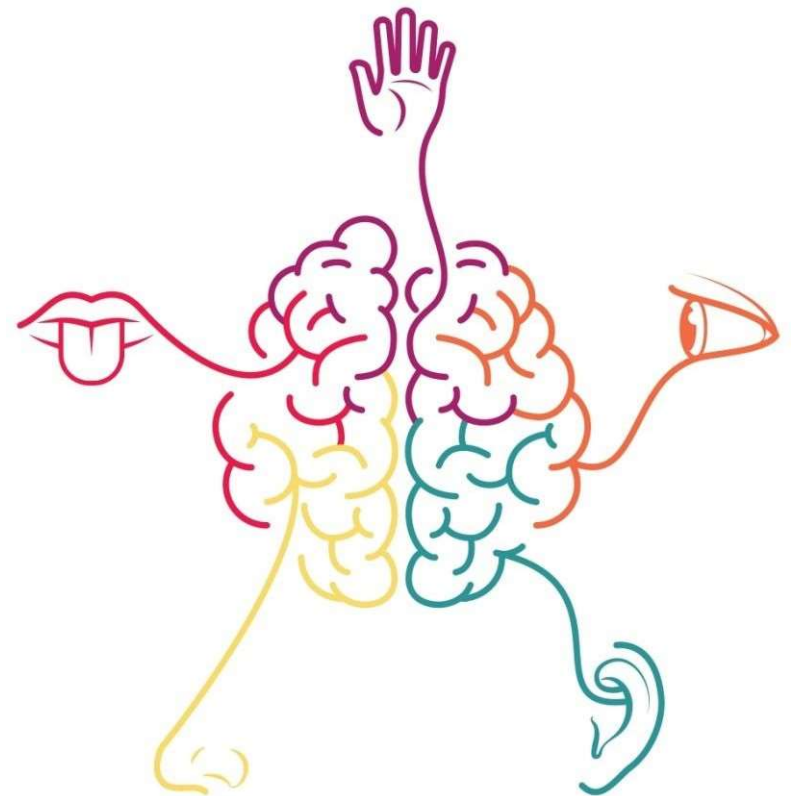


Imagen tomada de <https://neuromarketing.la>

## 4. OBJETIVO DEL NEUROMARKETING

**Estudiar los procesos mentales de las personas, los cuales son: la percepción visual, la percepción auditiva y el tacto.**

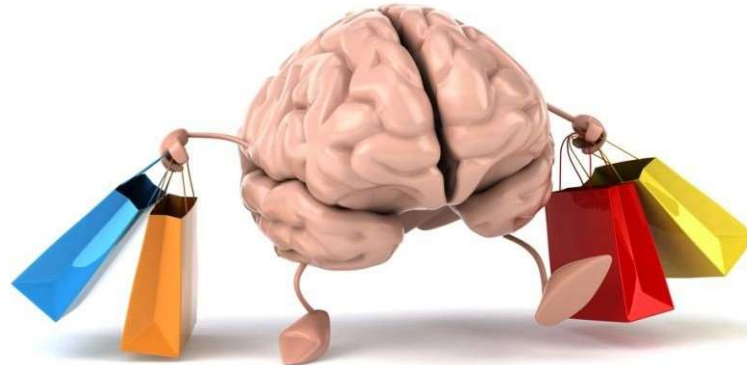
(Castillo,2014).







## 5. TECNICAS DEL NEUROMARKETING



### TÉCNICAS FISIOLÓGICAS

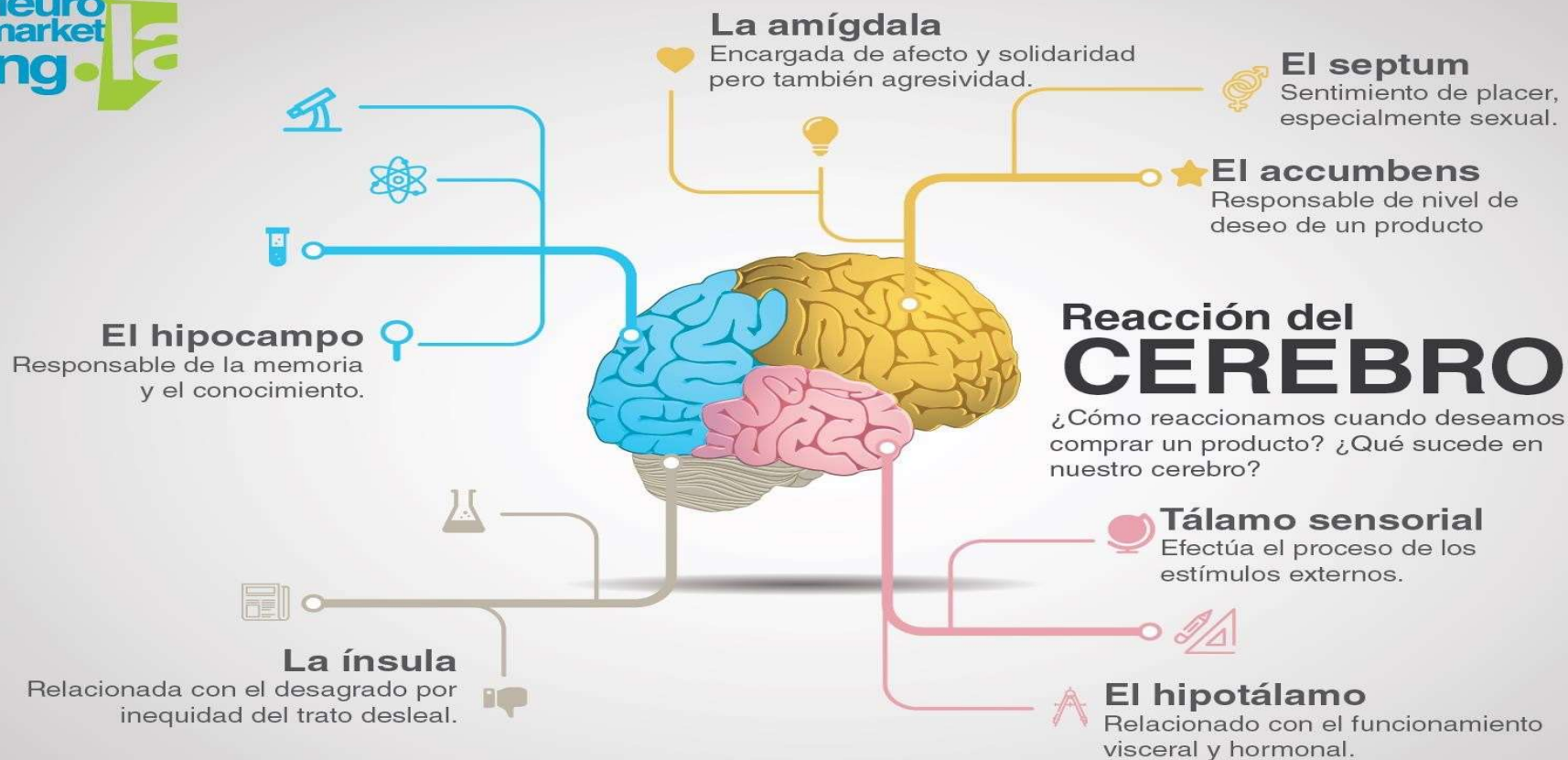
- Seguimiento ocular (Eye tracking)
- Respuesta galvánica de la piel (GSR)
  - Ritmo cardíaco y respiración
  - Electromiografía (EMG)

### TÉCNICAS NEUROLÓGICAS

- Magnetoencefalografía (MEG)
- Electroencefalografía (EEG)
- Resonancia magnética funcional (Fmri)
- Tomografía por emisión de positrones (PET)



# 8. ¿CÓMO FUNCIONA EL CEREBRO?



## 9. LOS NEUROTRANSMISORES Y LA IMPORTANCIA EN EL NEUROMARKETING

Los neurotransmisores son sustancias que las neuronas liberan para estimular o inhibir a otras neuronas. Conocer sobre neurotransmisores le permite al Neuromarketing saber qué estímulos aplicar para generar el efecto deseado, ya que algunas de estas sustancias infunden placer, otras calma, energía o capacidad de atención y también están relacionadas con el efecto placebo.



# 10. CONCLUSIONES



El Neuromarketing nos ayuda a integrarnos en el día a día, realizando aportes importantes no solo en el ámbito del marketing, sino también en muchas ramas. En este artículo, encontramos como el Neuromarketing ha logrado integrar con éxitos los aportes en diferentes ciencias logrando con ella una mayor profundización.

# REFERENCIAS.

- **Castillo, E. (2014). Para crear anuncios efectivos utilizando Neuromarketing** (1st ed., p. 3). Quito.
- **Blanco, R. Á. (2011). Neuromarketing, fusión perfecta. Seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes.** Madrid, España.: Pearson Educación S.A.
- Autor corporativo, **Neuromarketing.la**, Consultado el 29 de julio de 2022, <https://neuromarketing.la/2016/02/la-historia-del-neuromarketing/>