

# LA PUBLICIDAD en los tiempos de la NEUROCIENCIA

---



**NEURO  
MARKETING  
PERU**  
NEUROCIENCIAS APLICADAS



[www.neuromarketingperu.com](http://www.neuromarketingperu.com)

**Cómo lograr mayor  
efectividad en los  
mensajes  
publicitarios con la  
ayuda de la  
neurociencia**

---

SEMINARIO SETIEMBRE 2018



## DESCRIPCIÓN

---

El seminario será una aproximación práctica a la Neuropublicidad como un nuevo enfoque de la comunicación publicitaria vista desde el funcionamiento del cerebro. Además, aportará a los participantes, herramientas prácticas para su aplicación.

La finalidad de la Neuropublicidad es amoldar la comunicación publicitaria a las transformaciones de los tiempos actuales, donde el área de trabajo es la mente del consumidor, a través del fortalecimiento o la modificación de configuraciones neuronales que son la base de la manera de pensar de la gente y de las organizaciones.

El curso contribuye a lograr esta finalidad, al sentar las bases operativas de la Neuropublicidad para encontrar las rutas neuronales más efectivas para capturar la atención del consumidor, darles significado a los mensajes, fijar en la memoria, facilitar la evocación, generar ventajas comparativas, neuroposicionar, modificar hábitos de consumo, producir experiencias y aprovechar mejor las vías cognitivas, sensoriales y emocionales del consumidor.

**La publicidad en los tiempos de la neurociencia** es un seminario que cuenta con formidable base neurocientífica y que permite optimizar y maximizar los resultados.

## DIRIGIDO A

---

Profesionales de las áreas de publicidad en todas sus modalidades, creatividad, investigación, RRPP, psicología, ventas, marketing, gestión y comunicaciones en general que busquen resultados más eficaces y eficientes utilizando las neurociencias. Personas a quienes les guste la innovación, adelantarse a su tiempo, diferenciarse y estar en la cresta de la ola de las nuevas tecnologías provenientes de las neurociencias.

*Los que tomen este curso nunca más volverán a ver la  
publicidad de la misma manera.*

## METODOLOGÍA

---

La metodología del curso se orienta al logro de los objetivos enunciados y se plasma en 4 horas de conferencias magistrales, análisis de casos reales, visualización de vídeos y respuestas a las preguntas de los participantes.



## EL PARTICIPANTE APRENDERÁ

---

- Cómo capturar la atención del consumidor.
- Cómo construir un mensaje significativo.
- Cómo hacer que los mensajes queden grabados en la memoria.
- Conocer el sorprendente papel del cerebro cuando el consumidor toma decisiones.
- Las bases biológicas del posicionamiento, los insights, el priming y el anclaje cognitivo.
- El valor real de las herramientas biométricas: Eye Tracking, Face Coding, Skin Biometric. Para qué sirven, qué miden, ventajas y desventajas.
- El valor real de las emociones en las ventas.
- A utilizar estrategias de comunicación instintivas, emocionales, sensoriales, digitales, experienciales y racionales.
- A conocer el futuro de la mente del consumidor, cuando la publicidad recurra a los datos biométricos, a la interface cerebro-máquina y a la interface cerebro-cerebro o Brain-net.
- A comprobar la eficacia de este enfoque al analizar casos reales de éxito ocurridos en nuestro país.

## EXPOSITOR

---

### JOEL JACOB VILCAPOMA ROJAS

Psicólogo: Formado en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Especializado en Neurociencias aplicadas.

Posgrado de especialización en Neuromarketing, Neuromagement y Neuroventas en la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de La Plata. Braidot Centre.

Maestría en Neuromarketing: Universidad Internacional de la Rioja, España.

Actual Gerente General de NeuroMarketing Perú S.A.C. la primera empresa del Perú que viene



aplicando los avances de las neurociencias a las tácticas y estrategias del marketing, la comunicación, la publicidad y la investigación.

Fue 10 años director del departamento de investigación de mercados (actual Planner) de WALTER THOMPSON PERUANA. Responsable del diseño, programación y ejecución de las Investigaciones de Mercado y Publicitarias, Control de Calidad de las campañas publicitarias y promocionales, Lanzamiento de Productos, Pre Test y Post Test de Comerciales de TV, Radio, Prensa, Cine y otros. Trabajos de naturaleza Cualitativa, Cuantitativa y Mixta.

Docencia universitaria, en pre y posgrado: PUCP, UP, UTP, USMP, ESAN, UCSUR

➔ [Ficha de inscripción](#)

**LUGAR:** Centro Cultural CAFAE-SE. Avenida Arequipa 2985  
(Auditorio principal)

---

**FECHA:** Sábado 15 de Setiembre

---

**HORARIO:** De 9:00am a 1:00pm

---

**INVERSIÓN:** S/. 100 soles por pronto pago hasta el 05 de Setiembre  
S/. 150 soles del 06 al 15 de Setiembre

---

**DEPÓSITO:** Cuenta en soles BBVA 0713 0200069680 a nombre de Neuromarketing Perú S.A.C.  
(Enviar copia del voucher al correo)

---

**JOINNUS:** También puedes inscribirte y cancelar en Joinnus:  
<https://www.joinnus.com/PE/seminarios-y-conferencias/lima-la-publicidad-en-los-tiempos-de-la-neurociencia-21783>

---

**INFORMES:** [capacitacion@neuromarketingperu.com](mailto:capacitacion@neuromarketingperu.com)  
Celular 932 884 553

---

**WEB:** [www.neuromarketingperu.com](http://www.neuromarketingperu.com)

---

