

Educación Continua 2013

Curso: Como funciona el Cerebro del Cliente

Breve Introducción

Los profesionales del siglo XXI necesitan herramientas de amplio espectro para poder crear relaciones perdurables con sus clientes. Para ello se requiere el desarrollo de un enfoque holístico, integrador, que incluya todos los elementos necesarios para ayudarlos a ser más eficaces en el día a día. El objetivo principal de la capacitación es orientar a los participantes para que puedan implementar una nueva forma de comercializar, acorde a los últimos conocimientos científicos sobre el funcionamiento del cerebro humano, que abarcan las neurociencias cognitivas, el marketing, la psicología del consumidor y la psicología experimental.

Características del Curso

Actualización y capacitación, con modalidad teórico-vivencial sobre: neurociencias cognitivas.

Destinatarios

A profesionales, gerentes, vendedores y toda persona que esté relacionada con los aspectos de posicionamiento estratégico y comercial, distribución y ventas de productos y servicios.

Objetivos

Brindar a los asistentes nuevos conocimientos y técnicas basados en las ciencias del cerebro, con el fin de lograr interacciones comerciales e interpersonales exitosas.

Duración del Programa

La capacitación tiene un total de 21 horas, que incluye los talleres teóricos prácticos y vivenciales. Las clases se desarrollarán los días viernes en el horario de 10:00 a 13:00 horas.

Programa

- La venta y el generador de negocios. Introducción a las ciencias del cerebro: un corto paseo por la arquitectura y fisiología cerebral. La utopía de las decisiones racionales. Adecuación emocional.
- El cerebro triunfo. Racionalizaciones y ¿por qué las encuestas, los focus group y la investigaciones clásicas de mercado no funcionan? Imágenes, ideas, visualización, el efecto Coca Cola.
- Principios neurocognitivos: aspectos sobre el cerebro que usted debe saber ya sea que tenga algo para comprar o vender.

- Redes neuronales y redes de negocios. Cerebro y toma de decisiones. Principios neurocognitivos segunda parte. Motivación y automotivación. Definiendo acciones.
- Venta interpersonal: sepa lo que el cliente está pensando, aunque aún no haya abierto la boca. El asombroso poder de la empatía.
- Habilidades sociales. El cerebro irracional: como y porque el cliente se equivoca, una y otra vez. Creencias y verdades absolutas.
- El cerebro irracional segunda parte. Negociación y acuerdos.
- Comunicación eficiente. El efecto persuasivo de la publicidad subliminal. El cerebro irracional tercera parte.
- Clase personalizada. Ronda de preguntas y debate.
- Consideraciones finales y cierre.

Coordinación Ejecutiva

- ATAN LEMA, Raúl

Contador Público (1986) y Especialista en Administración Financiera (2001), ambos títulos obtenidos en la Universidad Nacional de Buenos Aires. Secretario- FUNDECI- Fundación para el Desarrollo de las Cs. Integradas

Cuerpo Académico

- Lic. Liliana Emilia PISANO

Licenciada en Psicología (Univ. Marina Mercante). Counselor humanístico, Inst. Holo-San Isidro. Curso de Posgrado en Abordajes Interdisciplinarios en violencia, Hosp.. Alvear. Especialista en Psicología Cognitiva Individual, grupal, vincular y familiar, Fundación Aiglé. Profesora universitaria (Univ. Museo Social Arg.). Capacitación en Hipnosis, Fundeci. Capacitación en Selección de Personal, Meta 4. Docente en distintos colegios secundarios y universidades. Se desempeñó en distintas instituciones educativas. Actualmente se desempeña como asesora en el sector de RRHH y Calidad de vida de la SE Casa de Moneda.

- Dr. Sergio LOTAURO

Es licenciado en psicología, egresado con diploma de honor y medalla al mérito académico. Luego de su graduación, obtuvo un doctorado en neurociencias cognitivas y se especializó en neuropsicología. Desde hace doce años, su interés de investigación se centra en el estudio del cerebro y su relación con la conducta, dividiendo su tiempo profesional entre la práctica clínica y la docencia universitaria y de postgrado. Ha publicado papers sobre el procesamiento cognitivo y emocional en revistas especializadas y disertado como invitado en diversos seminarios y congresos a nivel nacional. Es asimismo escritor, asiduo columnista y consultor sobre psicología, neuropsicología y neurociencias cognitivas en publicaciones de divulgación cultural y científica.

- Clor. Jorge DE LEON

Presidente de la Fundación para el Desarrollo de las Cs. Integradas-FUN.DE.CI. Counselor (consultor psicológico), egresado del Instituto de Psicología Humanista Holo en el año 1999. Psicólogo Social egresado del Primer Centro de Capacitación Profesional. Postgrado en Psicología cognitiva-conductual. Postgrado en

Neurociencias Organizacionales Aplicadas; Centro de Investigaciones en Neurociencias Aplicadas (CINAP) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata. Consultor empresarial. Situaciones críticas. Empresas familiares.

Consideraciones Generales

- Modalidad:

Semanal: viernes de 10 a 13 h.

- Inicio:

9 de Agosto de 2013

- Duración:

21 horas

- Asistencia Mínima:

75 % de las clases

- Metodología:

Contempla conceptos teóricos y herramientas que servirán de base para luego realizar los talleres, así como, la referencia permanente a situaciones reales.

Se pondrá especial énfasis en la participación activa individual y grupal de los asistentes.

- Admisión

En todos los casos se realizará una evaluación previa de los candidatos para determinar el grado de correspondencia entre su formación, trayectoria y los requisitos y objetivos del curso.

- Aprobación

Requisitos de aprobación del curso: Se requerirá la asistencia mínima de un 75% de las clases dictadas y se deberá presentar una tesina final integradora referente a los temas centrales del curso.

- Lugar de Dictado:

Departamento de Estudios de Posgrados y Educación Continua. Lavalle 485. Capital Federal.

- Certificados:

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado a quienes tengan la asistencia mínima exigida.