



Neuromarketing

DIOTTO, MARIANO

HOEPLI

Materia: ECONOMIA Y EMPRESA

Colección: SIN COLECCION

PVP: 20.00 €

EAN: 9791254990001

Páginas: 184

Tamaño: 155x230 mm.



Las herramientas y técnicas de una estrategia de marketing eficaz para creativos y especialistas en marketing.

- Un autor que cuenta con más de 8000 copias.
- El manual de introducción al neuromarketing, la disciplina que fusiona el marketing tradicional con la psicología cognitiva, la semiótica, la lingüística, la sociología y la neurociencia.

Sinopsis

Neuromarketing también permite a quienes se acercan por primera vez al tema, conocer las bases culturales de la ciencia que estudia en detalle el comportamiento humano y la forma en la que las personas reaccionan ante determinados estímulos, adquiriendo relevancia en la aplicación de sus técnicas para incrementar las posibilidades de éxito, memorización y compra. Este libro disipa muchos tópicos y acompaña al lector en el conocimiento de los fundamentos del neuromarketing proporcionando las herramientas para crear una estrategia de comunicación, publicidad y marketing eficaz. Resumen: El Enfoque del neuromarketing û La neurociencia y el cerebro û Estereotipos, arquetipos y emociones û La persuasión y el proceso de toma decisiones û El neuromarketing aplicado.

Mariano Diotto



Mariano Diotto es estratega de marca y experto en neurobranding. Es el coordinador del Departamento de Marca de AINEM (Asociación Italiana de Neuromarketing), miembro académico de la Asociación Internacional NMSBA (Neuromarketing Science& Business Association), miembro de AISS (Asociación Italiana de Estudios Semióticos), profesor universitario y director de la serie Hoepli de Neuromarketing.