



Neuromarketing, fusión perfecta : seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes /

Álvarez del Blanco, Roberto

Pearson Educación,
[2011]

Monografía

En los últimos 10 años se han realizado un gran número de avances en el campo de las neurociencias aplicadas a la economía y al marketing. Ahora, es posible valorar rigurosamente el pensamiento, las creencias y los sentimientos para vincularlos a decisiones y comportamientos. La nueva disciplina de neuromarketing permite, por lo tanto, explorar los nuevos horizontes a los que la marca puede excepcionalmente aspirar con sus clientes, caracterizados por relaciones, experiencias, estética, estima y legitimidad. Facilita una mayor creatividad para la marca y el desarrollo de su inteligencia para favorecer su competitividad, cuota de mercado y rentabilidad. Este libro define e ilustra el concepto de neuromarketing, presentando una estructura que permite comprender su relevancia en la estrategia de marketing. Asimismo, presenta nociones de neurociencias para familiarizarnos con el funcionamiento del cerebro. Para facilitar la comprensión de esta nueva disciplina se ayuda de ejemplos que demuestran los avances que se están logrando en el campo de las neurociencias. Además, revisa cómo esta nueva disciplina puede favorecer la toma de decisiones y facilita nuevos caminos ha seguir en el futuro teniendo en cuenta estos nuevos avances

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTE3MDAzNzk>

Título: Neuromarketing, fusión perfecta seducir al cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes
Roberto Alvarez del Blanco ; prólogo, Russell Winer

Editorial: Madrid Pearson Educación [2011]

Descripción física: XXI, 237 p., [8] p. de lám. col. il. 24 cm

Mención de serie: Donde las grandes ideas encuentran expresión

Nota general: Glosario: p. 228-237

Bibliografía: Bibliogr. al final de cada cap

Copyright/Depósito Legal: M 11652-2011

ISBN: 978-84-8322-763-3

Materia: Marketing- Aspecto psicológico

Autores: Winer, Russell S., pr

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es