

Hagamos
Comunicación

CRUVAZ
Comunicación



Neuromarketing

Cerebro, emoción y decisión:

www.hagamoscomunicacion.com

¿Quiénes somos?

Hagamos Comunicación es una plataforma especializada en formación y capacitación en comunicación estratégica, impulsada por la firma CruVaz Comunicación.

Nacimos con el propósito de fortalecer el talento profesional en las distintas ramas de la comunicación, ofreciendo contenidos actualizados, dinámicos y con valor curricular.

Creemos en el poder de la comunicación como motor de cambio. Por eso, trabajamos con expertos nacionales e internacionales para brindar cursos, talleres y seminarios de alto impacto, disponibles de forma accesible, flexible y desde cualquier lugar.

Nuestro compromiso es claro: formar comunicadores más estratégicos, más conscientes y más preparados para los desafíos actuales del entorno digital, político, empresarial y social.



Estas son las razones por las que cada vez más comunicadores, organizaciones e instituciones eligen nuestra plataforma:

Disponibilidad 24/7

Nuestros cursos están disponibles en todo momento. Aprende a tu ritmo, desde cualquier dispositivo y sin restricciones de horario.

Certificación con valor curricular

Al concluir el programa, obtienes un certificado digital y físico, con *opción de tramitar constancia DC3 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (México).

Contenidos de alta calidad

Cada programa ha sido desarrollado con expertos en comunicación, integrando teoría aplicada, casos reales, ejercicios prácticos y herramientas actualizadas.

Acceso permanente a los contenidos

Una vez inscrito, tendrás acceso vitalicio al material del curso. Así podrás repasar o consultar recursos siempre que lo necesites.

Evaluación y validación con QR

Las capacitaciones incluyen mecanismos de evaluación que aseguran el aprendizaje. Los certificados están vinculados a un código QR para validar su autenticidad.

Proyección internacional

Nuestros programas han sido tomados por participantes de más de 27 países, lo que refuerza nuestra vocación iberoamericana y nos convierte en un referente regional en formación en comunicación.

Áreas de aprendizaje



- **Comunicación empresarial.**



- **Comunicación política.**



- **Periodismo y medios.**



- **Comunicación en actividades deportivas.**

Certificado

Hagamos Comunicación®

Reconocemos el valor del aprendizaje formal y acreditado. Por ello, al finalizar cualquiera de nuestros cursos, programas o seminarios, los participantes que cumplan con los requisitos de evaluación podrán obtener una constancia que valida su proceso formativo, respaldada por nuestra plataforma y por **CruVaz Comunicación**.



Tipos de certificación:

Certificado digital

Se genera al aprobar el curso y puede descargarse en formato PDF. Incluye los datos del participante, el nombre del curso, la fecha de término y un código QR de validación con el número de folio único.

Certificado físico

Puede solicitarse en versión impresa. Se envía por paquetería nacional e internacional, con diseño institucional y sello de autenticidad.

Todos los certificados emitidos por Hagamos Comunicación permite verificar su autenticidad en línea, nuestra plataforma garantiza:



Transparencia



**Validación
disponible en
todo momento**



**Control de
autenticidad**

www.hagamoscomunicacion.com

Hagamos
Comunicación®

Hagamos
Comunicación

CRUVAZ
Comunicación



Neuromarketing
Cerebro, emoción y decisión:

www.hagamoscomunicacion.com

www.hagamoscomunicacion.com

Objetivo del curso:

Comprender el funcionamiento del cerebro humano frente a los estímulos de marketing y utilizar este conocimiento para diseñar estrategias que conecten emocionalmente con los consumidores, influyan en su proceso de decisión de compra y fortalezcan la efectividad y consciencia de las acciones de comunicación y ventas.

Objetivos específicos

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de:

- Identificar los fundamentos neurocientíficos relacionados con el comportamiento del consumidor, incluyendo las estructuras cerebrales y sus funciones en la toma de decisiones.
- Analizar el impacto de los estímulos sensoriales y emocionales en la percepción y memoria de marca.
- Aplicar y desarrollar estrategias basadas en técnicas de neuromarketing en el diseño de campañas, experiencias de usuario y estrategias comerciales.
- Medir y evaluar la respuesta emocional y cognitiva del consumidor utilizando herramientas y métricas propias del neuromarketing.

Público al que va dirigido

- ✓ Profesionales de marketing, publicidad y comunicación, que deseen innovar en el diseño de estrategias efectivas.
- ✓ Directores y gerentes comerciales interesados en comprender mejor la psicología del consumidor.
- ✓ Emprendedores y dueños de negocio que busquen optimizar la conexión emocional con sus clientes.
- ✓ Diseñadores gráficos, UX/UI y creativos que quieran mejorar la experiencia de marca desde un enfoque neurocientífico.
- ✓ Estudiantes de mercadotecnia, comunicación, psicología o administración, interesados en ampliar sus competencias en marketing estratégico.

Módulo 1

Introducción al Neuromarketing

Objetivo del módulo: Entender el origen, el campo de estudio y las aplicaciones del neuromarketing como disciplina emergente en la comunicación y el diseño estratégico.

Subtemas:

1.1 ¿Qué es el neuromarketing?

Introducción al concepto, antecedentes históricos y evolución del campo.

1.2 Diferencias entre marketing tradicional y neuromarketing

Comparativa de enfoques racionales vs. emocionales en la estrategia comercial.

1.3 Aplicaciones actuales del neuromarketing en los negocios

Casos reales en publicidad, retail, política, UX y branding.

3.4 Aspectos éticos del neuromarketing

Límites entre persuasión y manipulación desde una visión de responsabilidad social.

Módulo 2

Fundamentos del cerebro y su relación con el consumo

Objetivo del módulo: Conocer las bases neuroanatómicas y funcionales que explican el comportamiento del consumidor desde la perspectiva del cerebro.

Subtemas:

2.1. Las tres capas del cerebro: reptiliano, límbico y neocórtex

Cómo operan y se complementan en la toma de decisiones.

2.2. Emoción vs. razón: el dilema cerebral del consumidor

Procesos emocionales como factores determinantes en la compra.

2.3. Neurotransmisores clave en el consumo

Dopamina, oxitocina, serotonina y su vínculo con el deseo, la confianza y la satisfacción.

2.4. Atención, percepción y memoria

Cómo se codifica la información y qué hace que un mensaje sea recordado.

Módulo 3

Estímulos sensoriales y respuesta cerebral

Objetivo del módulo: Identificar cómo los sentidos impactan en la percepción del consumidor y cómo diseñar experiencias multisensoriales efectivas.

Subtemas:

3.1. Neuromarketing sensorial: el poder de los sentidos

Cómo el olfato, el gusto, el tacto, la vista y el oído influyen en las decisiones.

3.2. Psicología del color, sonido y formas

Codificación emocional de estímulos visuales y auditivos.

3.3. Storytelling y narrativa sensorial

Cómo construir narrativas que generen respuestas cerebrales positivas.

3.4. La saturación: carga cognitiva y atención selectiva

Principios para no sobrecargar al consumidor con estímulos innecesarios.

Módulo 4

Emoción, atención y decisión de compra

Objetivo del módulo: Comprender los procesos mentales que determinan cómo, cuándo y por qué compramos, desde la activación emocional hasta el acto de decisión.

Subtemas:

4.1. Las emociones como motores de compra

Cómo se produce la conexión emocional con una marca o producto.

4.2. Heurísticas y sesgos cognitivos

Atajos mentales que condicionan nuestras decisiones de forma inconsciente.

4.3. Neurométricas aplicadas al marketing

Principales herramientas (eye tracking, EEG, facial coding, GSR) y qué miden.

4.4. Casos de análisis: cómo las emociones definieron el éxito de una campaña

Análisis de casos emblemáticos y lecciones clave.

Módulo 5

Diseño de estrategias de neuromarketing

Objetivo del módulo: Aplicar los principios del neuromarketing en el diseño estratégico de campañas, productos, experiencias y mensajes de alto impacto emocional.

Subtemas:

5.1. Alineación de la propuesta de valor emocional

Cómo alinear el valor de la marca con el deseo y las emociones del consumidor.

5.2. Diseño de experiencias de marca

Del punto de venta físico al emocional del cliente.

5.3. Branding, packaging y emociones

Casos donde el empaque y la identidad visual fueron decisivos en la compra.

5.4. Segmentación emocional de públicos

Categorización de audiencias con base en motivaciones, temores y estímulos emocionales.

Módulo 6

Neuromarketing digital

Objetivo del módulo: Explorar cómo los principios del neuromarketing se aplican en entornos digitales, mejorando la experiencia del usuario y aumentando las tasas de conversión.

Subtemas:

6.1. Comportamiento del cerebro ante interfaces digitales

Reacciones del cerebro ante apps, sitios web, videos, scroll y pop-ups.

6.2. Diseño emocional para redes sociales

Qué despierta engagement y cómo las emociones dirigen el algoritmo.

6.3. Personalización de contenido y remarketing emocional

Cómo segmentar mensajes en función de los impulsos y preferencias emocionales.

6.4. Eye tracking y mapas de calor en UX/UI

Herramientas que permiten optimizar el diseño digital desde la perspectiva cognitiva.

Módulo 7

Evaluación de resultados en neuromarketing

Objetivo del módulo: Establecer métodos para medir el impacto emocional y cognitivo de las estrategias, justificando su valor comercial.

Subtemas:

7.1. Indicadores clave de desempeño (KPIs) emocionales
¿Qué, cómo y cuándo medir la efectividad emocional?.

7.2. Herramientas tecnológicas de evaluación
Software, sensores y plataformas accesibles para medir resultados.

7.3. Presentación de resultados: storytelling de datos emocionales
Cómo traducir información neurocientífica a lenguaje de negocios.

7.4. Aprendizajes de casos exitosos y errores frecuentes
Buenas prácticas y errores comunes al aplicar neuromarketing sin evidencia.

Metodología de enseñanza-aprendizaje

El curso se imparte de manera online e individual, lo que permite al participante avanzar a su propio ritmo, con materiales diseñados para una experiencia inmersiva y flexible.

- Lecciones en video: cada tema se desarrolla a través de videos explicativos dinámicos con ejemplos y casos reales.
- Materiales de apoyo descargables: infografías, artículos y guías de aplicación inmediata.
- Ejercicios individuales: actividades prácticas diseñadas para que el participante aplique los conceptos a su propia realidad laboral o de negocio.
- Casos de estudio guiados: se analizan campañas y experiencias de marcas que han aplicado principios de neuromarketing, con retroalimentación incluida en el contenido.
- Evaluaciones breves por módulo: Cuestionarios de opción múltiple para reforzar el aprendizaje y comprobar el avance.

Perfil del instructor

Hagamos
Comunicación®



José Luis Cruz V.

Estratega en Comunicación.

Es un formador y consultor de alto nivel en comunicación estratégica y marketing digital, con más de 10 años de experiencia capacitando a profesionales, empresas e instituciones en América Latina. Su enfoque combina la visión estratégica con metodologías dinámicas que facilitan el aprendizaje aplicado.

Como director de CruVaz Comunicación y del Hagamos Comunicación, ha diseñado e impartido más de 200 cursos y seminarios en temas de comunicación, liderazgo, marketing, imagen política y posicionamiento digital.

Reconocido por su capacidad de conectar con los participantes y traducir conceptos complejos en herramientas prácticas, ha formado a emprendedores, equipos corporativos y funcionarios públicos, fortaleciendo sus competencias profesionales en entornos altamente competitivos.

Su estilo de enseñanza se caracteriza por la claridad, el dinamismo y la orientación a resultados, impulsando a cada alumno a desarrollar habilidades que marcan la diferencia en su ámbito laboral y personal.

Inversión

Hagamos Comunicación®

En Hagamos Comunicación facilitamos tu acceso a la formación profesional con opciones flexibles y costos competitivos.

Costo: \$1'800.00 M.N.

Incluye:

- Acceso completo e ilimitado a la plataforma.
- Certificado digital y físico al concluir el curso.
- Sesiones grabadas y recursos descargables (documentos, plantillas, guías y presentaciones).
- Certificado digital y físico al concluir el curso.
- Soporte y acompañamiento personalizado durante tu formación.

Modalidades de pago

- Pagos online en hagamoscomunicacion.com
- Depósito en ventanilla bancaria (México).

banregio



¿Cómo me inscribo o genero mi matrícula?

- Ingrese a hagamoscomunicacion.com, cree su cuenta o inicie sesión.
- Seleccione el curso y realice el pago en la modalidad que prefieras.
- Una vez confirmado el pago, el sistema liberará automáticamente su acceso al contenido.
- Si requieres factura, solicítela al enviar tu comprobante de pago a capacitacion@hagamoscomunicacion.com

Contacto

Te atenderemos mediante canales digitales como capacitacion@hagamoscomunicacion.com o WhatsApp +52 5620 219451.

*Solicita los datos bancarios para depósito al momento de tu inscripción.



Hagamos Comunicación[®]

www.hagamoscomunicacion.com