

## Gestión Analítica del Comportamiento del Consumidor

<b>Modalidad:</b>	Presencial	<b>Tipo:</b>	Programa Integral
<b>Duración:</b>	70.0 (horas académicas de 50 minutos)		

### Acerca de este Programa

Gestión Analítica del Comportamiento del Consumidor es un programa orientado a profesionales que necesitan comprender, medir y activar decisiones de marketing con base en evidencia. A lo largo de tres módulos, el participante aprende a transformar la teoría del comportamiento del consumidor en insights accionables, diseñando segmentaciones modernas y diagnósticos de Customer Journey omnicanal para identificar fricciones, motivadores y oportunidades de crecimiento. Luego, integra neuromarketing y persuasión en entornos digitales, aplicando principios de atención, emoción y memoria para optimizar creatividad, UX y conversión, con una mirada crítica sobre qué se puede inferir y cómo validarlo. Finalmente, el programa desarrolla competencias de Inteligencia del Consumidor con Analítica y Tendencias usando GA4, Power BI, Google Trends y herramientas de insights (incluyendo alternativas gratuitas), para construir tableros ejecutivos, análisis de embudos/cohortes, detección de tendencias y mapas de intención. El enfoque es altamente práctico: cada módulo culmina con entregables aplicables (dossier de insight, plan de investigación/experimentos y dashboard + plan de activación), preparando al participante para tomar decisiones más precisas y demostrar impacto con métricas.

### Módulos y Temario

#### **Módulo 1: MODELOS ANALÍTICOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (25 h.)**

Nro.	Tema
------	------

#### **Módulo 2: NEUROMARKETING Y PERSUASIÓN DEL CONSUMIDOR EN ENTORNOS DIGITALES (20 h.)**

Nro.	Tema
------	------

#### **Módulo 3: CONSUMER INTELLIGENCE: ANALÍTICA, TENDENCIAS Y ACTIVACIÓN DATA-DRIVEN (25 h.)**

Nro.	Tema
------	------