Neuromarketing y neuroeconomía

Código emocional del consumidor

Autor
Andrés Cisneros Enríquez

Sinopsis

Neuromarketing y neuroeconomía. Código emocional del consumidor



AC

Sobre el autor
Andrés Cisneros Enríquez

Impreso

Año de publicación: 2013

Presentación: Libro de tacto blando (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 140 Páginas

ISBN13: 9789587710212

$60.000 COP

E-Book

Año de publicación: 2013

Presentación: EPUB (Digital: online)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 140 Páginas

ISBN13: 9789587710229

$29.900 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

E-Book

Año de publicación: 2017

Presentación: PDF (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 144 Páginas

ISBN13: 9789585081765

$29.900 COP

IBD

Año de publicación: 2013

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 162 Páginas

ISBN13: 9789587710212



Palabras clave

Neuromarketing; Neuroeconomía; Conducta del consumidor; Procesos emocionales; Toma de decisiones; Marketing emocional; Psicología económica; Neurociencia aplicada

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen