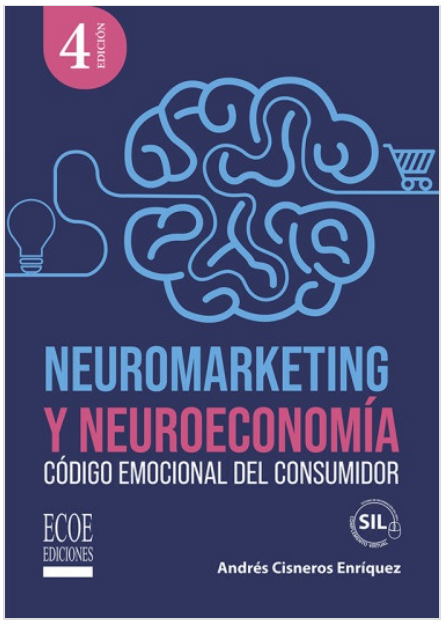
Neuromarketing y neuroeconomía

Código emocional del consumidor

Autor
Andrés Cisneros Enríquez

Sinopsis

Las tendencias comerciales, políticas y sociales que se han experimentado en los últimos 10 años han señalado muchas de las aplicaciones actuales del neuromarketing. En esencia, se ha experimentado con la voluntariedad crónica del ser humano: el uso tecnologías combinada con estudios de mercado como las herramientas de escaneo e interacción de impulsos, son la muestra de que este concepto va en serio en el mundo de la publicidad, el mercadeo y la comunicación masiva. El libro se concibe como una autocrítica a los procesos de seguimiento y manipulación de clientes, y a la vez, es una defensa de las ciencias que explican el comportamiento del consumidor.Neuromarketing y neuroeconomía es la inducción necesaria para entender el maravilloso mundo de la neurociencia aplicada al marketing y los negocios expansivos, donde se exponen las características esenciales de esta nueva disciplina y su aplicación práctica en el mundo de hoy. Es una obra fácil de leer, en donde puede conocer el origen de la economía emocional y su incidencia en la toma de decisiones del consumidor actual y de los próximos 20 años. En esta nueva edición, se presentan con mayor detalle los avances tecnológicos en el campo y, en especial, se considera la manipulación excesiva y abuso de la inteligencia artificial para captar más clientes.



Impreso

Año de publicación: 2023

Presentación: Libro de tacto blando (Libro)

Tamaño: 24 x 17 x 0.9 cm

Número absoluto de páginas: 166 Páginas

Número de páginas del contenido principal: 140 Páginas

Número de páginas previas al contenido principal: 20 Páginas

Número de páginas posteriores al contenido principal: 6 Páginas

ISBN13: 9789585036314

$93.000 COP

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

Dirigido a gerentes de empresas tecnológicas, de agencias publicitarias, empresas de marketing, agencias de viaje, escuelas de liderazgo, estudiantes de Economía, Psicología, Mercadeo Relacional, Publicidad y Marketing, docentes de pregrado, posgrado y maestría.



Sobre el autor

Andrés Cisneros Enríquez

E-Book

Año de publicación: 2023

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Número absoluto de páginas: 167 Páginas

ISBN13: 9789585036321

$82.500 COP

E-Book

Año de publicación: 2023

Presentación: EPUB (Digital: descarga y online)

Número absoluto de páginas: 166 Páginas

ISBN13: 9789585039216

$82.500 COP

IBD

Año de publicación: 2023

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

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 166 Páginas

ISBN13: 9789585036314

$89.000 COP

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



Palabras clave

Neuromarketing; Neuroeconomía; Comportamiento del consumidor; Marketing; Economía conductual; Psicología aplicada; Tendencias comerciales; Neurociencia; Toma de decisiones

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