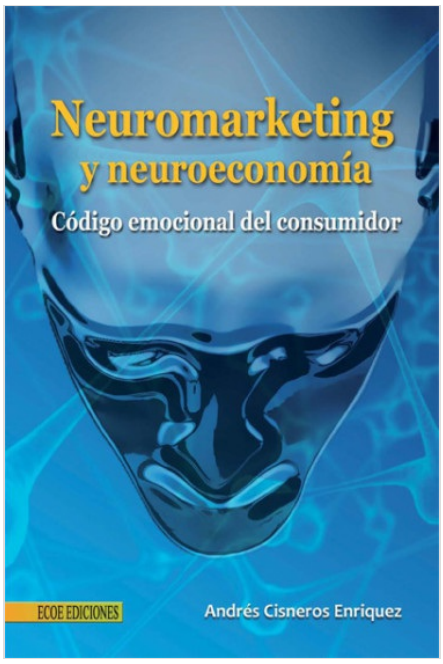
Neuromarketing y neuroeconomía

Código emocional del consumidor

Autor
Andrés Cisneros Enríquez

Sinopsis

Esta obra se convierte en la herramienta para comprender porque el consumidor COMPRA y deja de consumir los productos y servicios que la nueva economía de mercado le ofrece. Es una puerta abierta al entendimiento total de los micro mercados y su influencia en el ambiente cambiante y revolucionario de la economía actual.



AC

Sobre el autor

Andrés Cisneros Enríquez

Impreso

Año de publicación: 2012

Presentación: Libro de tacto blando (Libro)

Número de páginas del contenido principal: 128 Páginas

ISBN13: 9789586487795

$60.000 COP

E-Book

Año de publicación: 2012

Presentación: PDF (Digital: online)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 128 Páginas

ISBN13: 9789585036321

$29.900 COP

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



Palabras clave

Neuromarketing; Neuroeconomía; Economía conductual; Neurociencia; Comportamiento del consumidor; Mercados; Emociones; Paradigmas económicos

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