



Catálogo

Neuromanagement Aplicado

2024




PROGRAMA DE NEUROMANAGEMENT APLICADO

Este completo programa abarca el mayor número de campos posibles para un conocimiento amplio del Neuromanagement aplicado a la empresa. Se compone de unas 1250 horas en total. Sabemos que es una barbaridad pero la buena noticia es que los epígrafes son estancos: cada empresa puede elegir lo que quiera desarrollar formativamente para su compañía si así detecta las necesidades.

Índice

NEUROCIENCIA AFECTIVA

- 
- 1.1 EL CEREBRO EMOCIONAL**
 - 1.1.1** Emociones y sentimientos: Una cuestión de equilibrio
 - 1.1.2** La rivalidad cognición-emoción
 - 1.1.3** Funciones de las emociones
 - 1.1.4** La memoria emocional
 - 1.1.5** La atención impulsada por recompensas
 - 1.1.6** La clave de la felicidad desde la neurociencia
 - 1.1.7** La felicidad en el trabajo
 - 1.1.8** Biología de la emoción
 - 1.1.9** El control cerebral de la expresión emocional
 - 1.1.10** Psicología y fisiología del estrés y la ansiedad
 - 1.1.11** El secuestro emocional
 - 1.1.12** Bases cerebrales de la emoción. El sistema límbico
 - 1.1.13** Emociones primarias y secundarias

1.2 INTELIGENCIA EMOCIONAL INTRAPERSONAL

Habilidades intrapersonales aplicadas: “El “yo mismo” (1)

- 1.2.1** El autocontrol de las emociones
- 1.2.2** El control de los impulsos: La demora en la gratificación
- 1.2.3** Inteligencia emocional en el trabajo

Habilidades intrapersonales aplicadas: “El “yo mismo” (2)

- 1.2.4** Identidad: La clave para la expansión
- 1.2.5** Mis fortalezas y áreas de mejora
- 1.2.6** ¿Cómo hacer introspección?
- 1.2.7** El autoconocimiento del líder
- 1.2.8** Autoestima, seguridad y poder personal

Habilidades intrapersonales aplicadas : “El “yo mismo” (3)

- 1.2.9** El valor de adaptarse al cambio
- 1.2.10** Cambio y liderazgo en un entorno V.U.C.A
- 1.2.11** Qué nos dice el cerebro

Habilidades intrapersonales aplicadas: “El “yo mismo” (4)

- 1.2.13** Creatividad e innovación
- 1.2.14** Técnicas de creatividad
- 1.2.15** Creatividad en el trabajo

Habilidades intrapersonales aplicadas “El “yo mismo” (5)

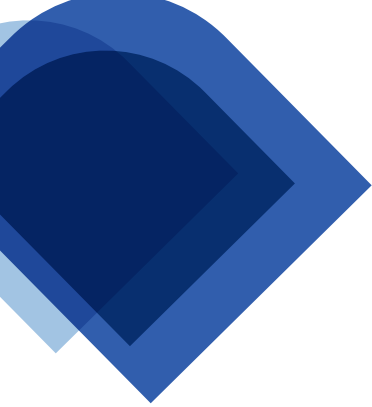
- 1.2.16** El optimismo como habilidad intrapersonal
- 1.2.17** El liderazgo optimista

Habilidades intrapersonales aplicadas : “El “yo mismo” (6)

- 1.2.18** Resiliencia. Crecer desde la adversidad
- 1.2.19** Residencia aplicada a la empresa
- 1.2.20** Persistencia y disciplina
- 1.2.21** El poder de la gratificación retrasada

Habilidades intrapersonales aplicadas : “El “yo mismo” (7)

- 1.2.22** La empatía. Entenderla para entender a los demás
- 1.2.23** Mi empatía en la empresa



1.3 NEUROCIENCIA DEL AUTOCONOCIMIENTO

- 1.3.1** Mi tipo de cerebro para el liderazgo. Dominancia cerebral
- 1.3.2** Neuromitos del cambio
- 1.3.4** Neurogénesis y plasticidad para el cambio
- 1.3.5** El cerebro creativo. ¿cuál es mi tipo de cerebro creativo?
- 1.3.6** Vencer las adversidades y cerebro
- 1.3.7** Bases cerebrales de la empatía: las neuronas espejo

1.4 INTELIGENCIA EMOCIONAL INTERPERSONAL

Habilidades sociales (1): Generalidades

- 1.4.1** Qué son las competencias sociales y para que sirven
- 1.4.2** La timidez y la percepción de bienestar subjetivo.
- 1.4.3** La adaptación hedonista en el trabajo
- 1.4.4** Entrenamiento en habilidades sociales
- 1.4.5** La gestión de la amabilidad
- 1.4.6** Comunicarse con personas altamente sensibles (P.A.S)
- 1.4.7** Habilidades sociales y empresa

Habilidades sociales (2): Comunicación no verbal

- 1.4.8** La comunicación no verbal. Tipos y características
 - 1.4.8.1** Kinésica
 - 1.4.8.2** Proxémica
 - 1.4.8.3** Cronémica
 - 1.4.8.4** El paralenguaje
- 1.4.9** El poder de los silencios
- 1.4.10** Descubrir la mentira
- 1.4.10** Cómo detectar mentiras y engaños a través del lenguaje corporal

Habilidades sociales (3): Comunicación verbal. Dar y recibir feedback

- 1.4.11** Comunicación verbal
- 1.4.12** Las técnicas de persuasión infalibles
- 1.4.13** Cómo hablar y presentar en público
- 1.4.14** Comunicación en el trabajo
- 1.4.15** Dar y recibir feedback
- 1.4.16** La comunicación y el feedback en el trabajo

Habilidades sociales (4): La escucha activa

- 1.4.17** La escucha activa
- 1.4.18** La escucha activa y los mensajes del “YO”
- 1.4.19** La escucha reflexiva
- 1.4.20** La escucha activa en el trabajo

Habilidades sociales (5): La asertividad

- 1.4.21** La asertividad, ¿qué es?
- 1.4.22** Saber decir que “NO”
- 1.4.23** La comunicación no violenta
- 1.4.24** La asertividad y el control de los impulsos
- 1.4.25** Los estilos asertivo, pasivo-agresivo, pasivo y agresivo
- 1.4.26** Asertividad y resolución de conflictos
- 1.4.27** La asertividad en el trabajo

1.5 NEUROCIENCIA DE LAS HABILIDADES SOCIALES

- 1.5.28** Desarrollo y trastornos de las habilidades sociales
- 1.5.29** Las redes neuronales sociales
- 1.5.30** La influencia de las hormonas en las conductas sociales
- 1.5.31** El efecto manada
- 1.5.32** Las áreas de Broca y Wernicke del lenguaje. Las afasias
- 1.5.33** El mecanismo físico de la sincronía cerebral en las relaciones

2. NEUROCIENCIA DE LA GESTIÓN DEL TIEMPO

2.1 GESTIÓN DEL TIEMPO. GENERALIDADES

- 2.1.1** El dominio del tiempo
- 2.1.2** El valor del tiempo y otras variables
- 2.1.3** Planificación y gestión del tiempo
- 2.1.4** Gestión del tiempo y productividad
- 2.1.5** Procrastinación

2.2 GESTIÓN DE REUNIONES

- 2.2.1** Pasos para preparar una reunión
- 2.2.2** ¿Por qué a la gente no le gustan las reuniones?
Evitar la sensación de pérdida de tiempo
- 2.2.3** Cómo dirigir reuniones de trabajo
- 2.2.4** Los factores desastrosos de las reuniones
- 2.2.5** Cómo dirigir distintos tipos de reuniones
- 2.2.6** ¿Qué hacer si hay un elefante en la reunión?
- 2.2.7** El escepticismo en las reuniones de trabajo
- 2.2.8** Las entrevistas, otra forma de ruinirse
- 2.2.9** Las reuniones contigo mismo

2.3 LA DELEGACIÓN

- 2.3.1** Delegar y supervisar
- 2.3.2** Los tres niveles de delegación
- 2.3.3** Los mitos que bloquean la delegación
- 2.3.4** La gestión por excepción
- 2.3.5** La gestión por objetivos
- 2.3.6** Estrategias para una delegación eficaz
- 2.3.7** Delegación y eficiencia en las reuniones
- 2.3.8** Delega y aumenta tu productividad
- 2.3.9** La determinación de las áreas de resultados clave
- 2.3.10** La fijación de estándares de rendimiento excelente
- 2.3.11** El proceso de delegación del directivo
- 2.3.12** La delegación inversa

2.4 GESTIÓN DEL TIEMPO. NEUROCIENCIA

- 2.4.1** Terapia de la línea del tiempo
- 2.4.2** Aplicación de la teoría de Pareto
- 2.4.3** La procrastinación en las organizaciones
- 2.4.4** Neurociencia aplicada a las técnicas de reuniones
- 2.4.5** Neurociencia y reuniones de empresa
- 2.4.6** Estímulos, atención y reuniones
- 2.4.7** Cómo delegar desde los hemisferios cerebrales



3. PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA Y EMPRESA

4.1 PROGRAMACIÓN

- 4.1.1** Desaprender para aprender
- 4.1.2** Percepciones y realidad. Las posiciones perceptivas
- 4.1.3** ¿El cerebro construye la realidad?
- 4.1.4** Los niveles lógicos del ser humano
- 4.1.5** Como se formulan deseos y objetivos
- 4.1.6** Transformar el cerebro
- 4.1.7** Introducción al lenguaje hipnótico
- 4.1.8** Técnicas para reprogramar su cerebro

4.2 NEURO

- 4.2.1** Somos ondas o partículas
- 4.2.2** El Cerebro holístico. Todo es un sistema
- 4.2.3** Las principales leyes sistémicas
- 4.2.4** Los tres cerebros de Mc Lean
- 4.2.5** Las neuronas espejo y la empatía
- 4.2.6** ¿Qué es la Neuróbica?
- 4.2.7** Generación de sintonía y cerebro

4.3 LINGÜÍSTICA

- 4.3.1** Comunicación digital y comunicación analógica
- 4.3.2** El Mapa no es el territorio
- 4.3.3** Componentes de la conducta comunicativa
- 4.3.4** Las premisas de la Comunicación
- 4.3.5** El circuito de la Comunicación
- 4.3.6** Los sistemas representacionales
- 4.3.7** Detección de mentiras desde los sistemas representacionales
- 4.3.8** El Metamodelo del lenguaje
- 4.3.9** Los Metamensajes
- 4.3.11** Cómo adquirir persuasión en influencia
- 4.3.12** Anclajes y fobias en el trabajo

4.4 PNL APLICADO A LA EMPRESA

- 4.4.1** ¿Qué son la Visión, Misión, Objetivos y Valores de una empresa?
- 4.4.2** El valor del significado
- 4.4.3** La generación de sintonía en la prestación laboral
- 4.4.4** Los metaprogramas en la gestión de equipos más convenientes
- 4.4.5** La gestión del cambio y las creencias
- 4.4.7** PNL para la excelencia del líder: Las mentiras sobre el éxito
- 4.4.6** Las 10 emociones de poder
- 4.4.8** Reprogramando los metaprogramas y las creencias limitantes del líder
- 4.4.9** Levando las anclas mentales del líder

4. NEUROMOTIVACIÓN

4.1 LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y EXTRÍNSECA

- 4.1.2 Necesidades y Motivación
- 4.1.3 Los tres pilares de la motivación: Impulso, incentivo y homeostasis
- 4.1.4 Motivación y expectativas

4.2 MOTIVACIÓN Y AUTOMOTIVACIÓN. ¿ES LO MISMO?.

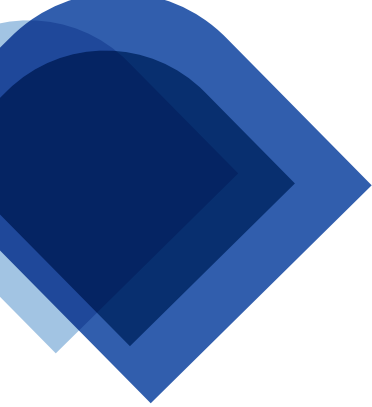
- 4.2.1 La Indefensión aprendida
- 4.2.2 La conducta inmotivada
- 4.1.3 Cómo estimular la motivación del logro en uno mismo y los demás
- 4.1.4 La desmotivación y la ausencia de motivación
- 4.1.5 Los enemigos de la motivación
- 4.1.6 Recuperar la motivación

4.3. MOTIVACIÓN DEL PERSONAL

- 4.3.1 Gestión y motivación del personal: Empleados motivados, empleados productivos
- 4.3.2 Motivación y productividad
- 4.3.3 De la motivación a la gestión del compromiso
- 4.3.4 El Compromiso en el trabajo
- 4.3.5 Motivación y compromiso para trabajar en equipo
- 4.3.6 Técnicas para desarrollar la motivación al logro en tu equipo
- 4.3.7 El extrañamiento en el trabajo como fuente de desmotivación
- 4.3.8 Motivación hacia el trabajo y diseño de puestos
- 4.3.9 Los incentivos y la motivación
- 4.3.10 El modelo SCARF de motivación
- 4.3.11 La ética en la motivación

4.4 NEUROCIENCIA DE LA MOTIVACIÓN

- 4.4.1 El placer y la recompensa: El papel de la dopamina
- 4.4.2 Los sistemas cerebrales de recompensa y aversión a la pérdida
- 4.4.3 Motivación apetitiva, motivación aversiva
- 4.4.4 La motivación biológica y la motivación sociocognitiva
- 4.4.5 Bases cerebrales de la motivación: refuerzo y adicción
- 4.4.6 El dinero como adicción
- 4.4.7 La motivación inconsciente
- 4.4.8 Cómo motivar desde los hemisferios



5. NEUROCOACHING DE EQUIPOS

5.1 COACHING Y NEUROCIENCIA: EXPLORAR EL PRESENTE Y DISEÑAR EL FUTURO

5.2 COACHING DEL CEREBRO

- 5.2.1 Metáforas del cerebro. Mitos que deben de desaparecer
- 5.2.2 ¿Cómo nos enfadamos y discutimos con nosotros mismos?
- 5.2.3 ¿Cómo creamos y cambiamos los hábitos?
- 5.2.4 ¿Cómo hace nuestro cerebro para crear las experiencias del mundo?
- 5.2.5 El cerebro material
- 5.2.6 La neuroplasticidad y el cambio
- 5.2.7 Pensamientos. trucos y trampas. Los sesgos cognitivos
- 5.2.8 Aplicaciones para el coaching de los sesgos cognitivos
- 5.2.9 El efecto priming
- 5.2.10 El sistema 1 y el sistema 2 cerebrales
- 5.2.11 Neurociencia de la emoción y su aplicación al coaching de equipos
- 5.2.12 El marcador somático
- 5.2.13 El secuestro de la amígdala
- 5.2.14 El dilema del tranvía
- 5.2.15 Inteligencia emocional aplicada al coaching
- 5.2.16 La toma de decisiones. Aplicaciones al coaching de equipos
- 5.2.17 Los marcadores somáticos en la toma de decisiones empresariales
- 5.2.18 Las presiones sociales en la toma de decisiones
- 5.2.19 El descuento por demora y la fatiga de la decisión
- 5.2.20 Neurociencia de la memoria, aprendizaje y la recompensa aplicada al coaching de equipos
- 5.2.21 El papel de la dopamina en el aprendizaje y las expectativas
- 5.2.22 Neurociencia de la memoria y su aplicación al coaching de equipos
- 5.2.23 El efecto priming por medio de preguntas
- 5.2.24 Los modelos mentales
- 5.2.25 Las creencias potenciadoras y limitantes
- 5.2.26 Predecir y modificar. Una visión desde nuestro cerebro
- 5.2.27 Aplicaciones de los modelos mentales al coaching de equipos
- 5.2.28 Neurociencia de los “debería”
- 5.2.29 El cerebro social y el Coaching
- 5.2.30 Las neuronas espejo y la empatía
- 5.2.31 Las barreras de la empatía
- 5.2.32 La teoría de la Mente
- 5.2.33 El cerebro del líder y el coaching
- 5.2.34 Los sesgos inconscientes
- 5.2.35 Mi sentido de la identidad
- 5.2.36 El efecto golosina
- 5.2.37 La fatiga del EGO
- 5.2.38 El directivo como coach
- 5.2.39 El cerebro visualizador
- 5.2.40 El estado deseado

5.3 NEUROCIENCIA DE LOS OBJETIVOS: DEL ESTADO ACTUAL AL ESTADO DESEADO

- 5.3.1 El modelo S.M.A.R.T de definición de objetivos
- 5.3.2 El establecimiento de un plan de acción

5.4 EL ITINERARIO DEL COACHING DE EQUIPOS

5.5 EL COACHING EMPRESARIAL Y DE LOS NEGOCIOS

6. NEUROCOMUNICACIÓN

6.1 NEUROCOMUNICACIÓN APLICADA

- 6.1.1 La comunicación en las relaciones interpersonales
- 6.1.2 El lenguaje del cuerpo
- 6.1.3 La formación de la primera impresión
- 6.1.4 La Comunicación asertiva en el trabajo
- 6.1.5 Hablar en público. El miedo escénico
- 6.1.6 Técnicas de persuasión
- 6.1.7 El feedback constructivo
- 6.1.8 La comunicación no violenta en las relaciones de trabajo
- 6.1.9 Elevator Pitch: Comunicarse en dos minutos
- 6.1.10 La escucha activa en la comunicación
- 6.1.11 Técnicas de comunicación eficaz

6.2 NEUROCIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

- 6.2.1 Áreas cerebrales del lenguaje
- 6.2.2 Neurobiología de la mentira. Cómo detectarlas a través del lenguaje no verbal
- 6.2.3 Realización audiovisual y neurociencia
- 6.2.4 Aportes de la neurociencia para mejorar la comunicación
- 6.2.5 El poder de la palabra y el cerebro

7. NEUROCIENCIA DE LA TOMA DE DECISIONES

7.1. PARTE GENERAL

- 7.1.1 La toma de decisiones. Introducción
- 7.1.2 La toma de decisiones financieras
- 7.1.3 La toma de decisiones en la empresa
- 7.1.4 Análisis de problemas y toma de decisiones
- 7.1.5 Realidades y percepciones. Los sesgos cognitivos
- 7.1.6 La fatiga de la decisión y la fuerza de voluntad
- 7.1.7 Control ejecutivo: toma de decisiones, razonamiento y resolución de problemas
- 7.1.8 El efecto de la motivación en la toma de decisiones
- 7.1.9 Delegar la toma de decisiones

7.2 NEUROECONOMÍA

- 7.2.1 Los sistemas cerebrales 1 y 2 en la toma de decisiones
- 7.2.2 Toma de decisiones desde los hemisferios cerebrales
- 7.2.3 Los circuitos cerebrales de recompensa y de aversión a la pérdida
- 7.2.4 El equilibrio entre el sistema de recompensa y el de aversión a la pérdida como origen de la toma de decisiones
- 7.2.5 La zona de confort y la aversión a la pérdida
- 7.2.6 La teoría de los tres cerebros
- 7.2.7 La testosterona y el riesgo
- 7.2.8 tolerancia al riesgo y su papel en las decisiones económicas
- 7.2.9 Los aspectos hormonales en la toma de decisiones
- 7.2.10 Mecanismos cerebrales en la toma de decisiones financieras



8. NEUROÉTICA EMPRESARIAL

8.1 EL CEREBRO MORAL

- 8.1.2 Gratitud, altruismo y compasión
- 8.1.3 Saber perdonar
- 8.1.4 Lo justo y lo ético
- 8.1.5 Sentido de la ética, culpa y autoestima

8.2 LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

- 8.2.1 La ética del líder y la autoridad moral
- 8.2.2 La ética en la motivación
- 8.2.3 Los dilemas que suceden en la empresa
- 8.2.4 La ética de la justicia y la resolución de conflictos en el trabajo
- 8.2.5 La ética en la negociación
- 8.2.6 Las tácticas ambiguas en la negociación
- 8.2.7 Las manipulaciones en los negocios

8.3 LA GENÉTICA DE LA CONDUCTA

8.4 ¿QUÉ ES LA NEUROÉTICA?

9. NEUROLIDERAZGO

9.1 PARTE GENERAL

- 9.1.1 Liderazgo creativo
- 9.1.2 La obsesión del perfeccionismo
- 9.1.3 El inconsciente en el trabajo
- 9.1.4 La empresa como sistema
- 9.1.5 ¿Por qué tu equipo no te escucha?
- 9.1.6 Gestión de equipos desde el neuroliderazgo
- 9.1.8 Las entrevistas por competencias blandas
- 9.1.9 El conflicto en los equipos de trabajo
- 9.1.10 El liderazgo y las incomprensión del equipo: Los cuatro tipos de personalidades

9.2 LIDERAZGO INSPIRADOR

- 9.2.1 Cómo inspirar confianza
- 9.2.2 La búsqueda de sentido en el trabajo
- 9.2.3 La brújula personal
- 9.2.4 Visión, Misión y Valores individuales
- 9.2.5 Visión, Misión y Valores organizacionales
- 9.2.6 La conciliación de valores. Una apuesta hacia el éxito
- 9.2.7 La orientación al logro

9.3 NEUROCIENCIA DEL LIDERAZGO

- 9.3.1 ¿Qué es el neuroliderazgo
- 9.3.2 El cerebro del líder y su genética.
- 9.3.4 Los elementos químicos que modulan la conducta del líder
- 9.3.5 Las cualidades indispensables de un líder. La importancia del tipo de apego
- 9.3.6 El aspecto facial del directivo
- 9.3.7 Ejercicios desde la neurociencia para vencer el estrés
- 9.3.8 Neurociencia aplicada a la negociación
- 9.3.9 Neuroliderazgo aplicado a discursos y presentaciones
- 9.3.10 Neurobiología aplicada a la resolución de conflictos

9.4 INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- 9.4.1** Competencias conceptuales
- 9.4.2** Solución de problemas
- 9.4.3** Planificación estratégica
- 9.4.4** La influencia de la visión en la planificación estratégica
- 9.4.5** Cómo presentar una visión estratégica ilusionante

10. NEUROMARKETING Y NEUROVENTAS

A) NEUROMARKETING

10.1 NEUROMARKETING APLICADO AL LANZAMIENTO DE PRODUCTOS

- 10.1.1** Las necesidades de los consumidores y la pirámide de Maslow
- 10.1.2** El hipotálamo ¿Qué es una necesidad para el cerebro?
- 10.1.3** ¿Cómo es el proceso cerebral de creación de necesidades?
- 10.1.4** La curiosidad como una necesidad más y la aplicación en marketing
- 10.1.5** Posicionamiento de productos orientado a las necesidades de los consumidores

10.2 NEUROMARKETING DIRIGIDO AL POSICIONAMIENTO DE MARCAS

- 10.2.1** La marca y los procesos de atención, memoria y aprendizaje
- 10.2.2** El papel de la marca en la elección del producto
- 10.2.3** La fidelización en la marca y la adaptación hedónica

10.3 NEUROCIENCIA DEL CONSUMO

- 10.3.1** El sistema cerebral de aversión a la pérdida como freno al consumo
- 10.3.2** El sistema de recompensa cerebral y el proceso de compra
- 10.3.3** El mercadeo del instinto
- 10.3.4** Radiografía del consumidor.
- 10.3.5** El cerebro del comprador y del vendedor. La teoría de los 3 cerebros
- 10.3.6** La teoría del daño reversible al consumidor
- 10.3.7** Fundamentos neurológicos del proceso de decidir. “El punto S”
- 10.3.8** El valor de la metáfora y las percepciones sensoriales en la decisión de compra
- 10.3.9** El inconsciente colectivo

10.4 NEUROCIENCIA Y PRODUCTO

- 10.4.1** El valor simbólico de los productos¹
- 10.4.2** El insight

10.5 LA APLICACIÓN DEL NEUROINSIGHT A LA INNOVACIÓN

B) NEUROVENTAS

10.5 MOTIVAR A LAS FUERZAS DE VENTAS. EL PLAN DE MOTIVACIÓN

10.6 COACHING DE VENTAS

10.7 ¿QUÉ ES EL TARGET EN NEUROVENTAS?

- 10.7.1** Herramientas de neuromarketing para analizar el target

10.8 VENTAS CON PNL

- 10.8.1** El diseño del proceso de venta desde la neurociencia
- 10.8.2** El lenguaje de la mente. La duplicación
- 10.8.3** Pautas de compra
- 10.8.4** La creación de acción mediante las palabras

10.9 DIFERENCIA ENTRE VENTAS Y NEUROVENTAS

10.10 EL PROCESO DE DECISIÓN EN LAS VENTAS

10.11 EL VENDEDOR EXCELENTE

10.12 DIRIGIR VENDEDORES

10.12.1 Definición de roles y áreas de trabajo

10.12.2 El vendedor asesor

10.12.3 La cuantificación de los resultados

10.12.4 Vender o fidelizar

10.12.5 La gestión de equipos de ventas

10.12.6 Liderazgo y toma de decisiones en los equipos de ventas

11. TÉCNICAS DE RELAJACIÓN, MEDITACIÓN Y MINDFULNESS

13.1 TÉCNICAS DE RESPIRACIÓN

13.2 OTRAS TÉCNICAS DE RELAJACIÓN

13.3 LA PRÁCTICA DE LA MEDITACIÓN

13.4 LA PRÁCTICA DEL MINDFULNESS

13.5 NEUROCIENCIA DE LA MEDITACIÓN

13.5.1 Meditación y cerebro

13.5.2 Los procesos inconscientes

13.5.3 Las emociones

13.5.4 Percepciones y realidades

13.5.5 EL YO y el EGO

13.5.6 Justicia, responsabilidad y libre albedrío

13.5.7 Los diferentes estados de conciencia

13.6 NEUROCIENCIA DEL MINDFULNESS

13.6.1 ¿Qué es el Mindfulness?

13.6.2 El cerebro y los estados profundos

13.6.3 La gestión de la energía

13.6.4 La conexión mente-cuerpo

13.6.5 La persona resistente

13.6.6 La creación de un futuro mejor

13.6.7 Las entrañas de la experiencia interna

CLIENTES



Avance Bioformación
C/ Madrid, 19, Local 2
28912. Leganés

Contacto:
91 688 12 17 - 635 954 129 - 677 431 795
avance@bioformacion.es | www.bioformacion.es