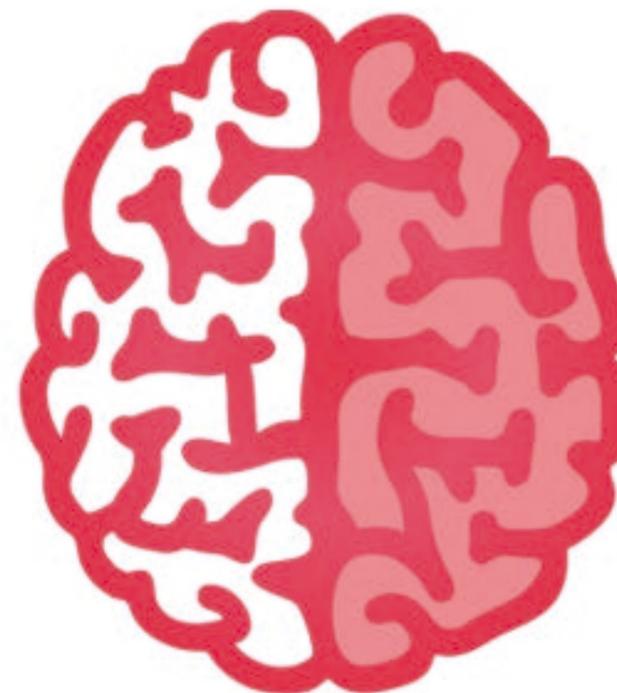


Máster Propio en
Neuromarketing



Aplicado
I Edición

Titulo Propio de la



Organiza:



Propone:



Universidad de Granada
Departamento de Comercialización e
Investigación de Mercados

masterugr-neuromarketing.es

El Máster Propio en Neuromarketing Aplicado...

Tradicionalmente, la ciencia social del marketing se ha nutrido de otras disciplinas para poder operar en el mercado de una manera más eficiente. Así, ha requerido extraer conocimientos y procedimientos de la sociología, psicología, antropología, economía e informática para poder adecuar la oferta de productos o servicios a las necesidades reales o potenciales de los consumidores.

Las neurociencias aplicadas al marketing (neuromarketing) han logrado salvar la incertidumbre que los tradicionales métodos de investigación de mercados conllevaban al no corresponderse la mayoría de las veces las predicciones de la conducta del consumidor con las decisiones que finalmente éste adoptaba. Conocer la opinión verbalizada de una persona aporta un grado de riesgo acerca de sus intenciones reales, hecho que se relativiza con las técnicas de análisis neurológico, observando las áreas cerebrales que se activan ante un estímulo y la generación de atención y emoción que pueden traducirse en acción.

Los avances de la neurociencia y de las nuevas tecnologías ofrecen un escenario propicio para que el marketing del siglo XXI de un salto más comprometido para poder aportar valor diferencial a las propuestas comerciales que realicen las empresas a sus clientes, estando éstas orientadas a cubrir sus necesidades reales y, sobre todo, a generar un vínculo emocional con ellos.

Dirección Académica

Francisco Montoro Ríos

Coordinación Académica

Francisco Liébana Cabanillas

José Ángel Ibáñez Zapata

José Manuel Navarro Llena

Juan Sánchez Fernández

María Isabel Viedma del Jesús

Especialmente diseñado para...

Titulados universitarios y profesionales del sector de la comunicación, marketing e investigación de mercados con experiencia laboral demostrable de al menos dos años.

Los profesionales sin titulación universitaria que sean admitidos recibirán un certificado que acredite haber cursado dichas enseñanzas pero no obtendrán el título de Máster

Objetivos:

- Desenvolverse en entornos que favorezcan el uso de las neurociencias.
- Construir sistemas de auto-aprendizaje permanente, apoyados en el uso de las tecnologías digitales.
- Diseñar el contexto estratégico en el que articular la presencia de estrategias de neuromarketing.
- Analizar patrones de comportamiento y hábitos de consumo.
- Entender el papel del marketing como estrategia empresarial.
- Conocer el papel multidisciplinar del marketing como ciencia social y su relación con la neurociencia para sustentar sus acciones con una clara orientación al cliente como individuo.
- Conocer los mecanismos de respuesta de las personas y su base inconsciente.
- Conocer la anatomía y fisiología del cerebro así como las técnicas de análisis para poder establecer hipótesis de trabajo objetivas a la hora de trabajar con neurocientíficos.
- Poder desarrollar estrategias de marketing orientadas a estimular respuestas emocionales o racionales en los clientes que impliquen mayores niveles de fidelización.
- Adquirir conocimientos que impliquen actuaciones dentro de la legislación aplicable y de los principios deontológicos que los sustentan.

Salidas profesionales:

- Agencias de comunicación y publicidad
- Consultoras de marketing (modelos inbound y outbound)
- Agencias de investigación de mercados
- Centrales de compras de medios
- Departamentos de marketing de empresas mayoristas y minoristas
- Empresas de distribución
- Empresas de rating para predicción de riesgo crediticio
- Empresas para asesoramiento de inversiones
- Empresas de neuromarketing
- Emprendedores de cualquier sector empresarial

- **De la estrategia de marketing al marketing como estrategia**

- Del marketing estratégico y operativo al marketing como estrategia
- Evolución de los métodos de relación con el mercado, el cliente lidera y dirige la relación
- Modelos de respuesta del consumidor a la comunicación
- Experiencia de cliente: emoción vs razón
- Construcción de marca en la mente del consumidor
- Evolución del marketing: inter-relación entre ciencia social y ciencia médica

- **Historia del neuromarketing**

- Psicología del consumidor. Concepto, generalidades y aportaciones de la neurociencia Carencias, Necesidades, Deseo, Motivación, Decisión y su influencia en la Demanda
- Bases del comportamiento colectivo vs individual
- Economía del comportamiento. Bases teóricas
- Neuroeconomía. Origen y fundamentos
- De la neuroeconomía al neuromarketing
- La neurociencia aplicada al marketing. Investigaciones imprescindibles
- La realidad del neuromarketing, lo que es y lo que no es
- Psicología del consumidor. Concepto, generalidades y aportaciones

- **De la investigación de mercados a la predicción del comportamiento**

- Técnicas cuantitativas
- Técnicas cualitativas
- Futuro de los Focus Group
- De la segmentación a la microsegmentación
- Data Mining: del Customer Relationship Management (CRM) al Customer Manages the Relationship (CMR)
- Personalidad y Temperamento. Perfiles conductuales
- Predicción del comportamiento, anticipación a la toma de decisiones.
- Patrones neuronales
- La influencia de las nuevas tecnologías en los patrones conductuales
- Cerebro emocional vs cerebro racional
- Ciclo Percepción - Acción: Toma de decisiones racionales y emocionales
- Ciclo Atención, Emoción y Memoria en el procesamiento de la información y el aprendizaje
- Anatomía y fisiología del Sistema Nervioso

- **Anatomía y fisiología del sistema nervioso**

- Neuronas y redes neuronales
- Neurofisiología. Señales eléctricas y neurotransmisores
- Sistemas sensoriales
- Sistemas motoro somático y visceral
- Cortezas de asociación prefrontal, temporal y occipital
- Sistema límbico
- Patologías del sistema nervioso y toma de decisiones

- **Técnicas de medición neurofisiológica**

- El método científico experimental
- El registro neurofisiológico
- Técnicas psicofisiológicas periféricas: Respuesta galvánica (GSR)
- Técnicas psicofisiológicas periféricas: Electrocardiograma (ECG)
- Técnicas psicofisiológicas periféricas: Electromiograma (EMG)
- Técnicas psicofisiológicas periféricas: Otras variables
- Eye-Tracking
- Facial-coding (Expresión facial y estudio electromiográfico expre. Facial)
- Técnicas neurofisiológicas Centrales: Electroencefalografía (EEG)
- Técnicas neurofisiológicas Centrales: Potenciales Evocados (ERP's)
- Técnicas de Neuroimagen: Resonancia Magnética (MRI)(Steady-state topography, fMRI, MRI)
- Técnicas neurofisiológicas y Realidad Virtual
- Técnicas de Neuroimagen: Tomografía de Emisión de Positrones (TEP), Near Infrared Spectroscopy (NIRS), Magnetoencefalograma (MEG), Estimulación Magnética Transcraneal
- Complementariedad entre técnicas neurofisiológicas y modelos de investigación convencionales
- Preferencia de técnicas en relación con el objetivo estratégico del marketing
- Correlación entre los resultados de medición neurocientífica y sus aplicaciones prácticas en la estrategia de marketing

- **Práctica del neuromarketing**

- Neuromarketing aplicado al diseño del producto, a las políticas de precio, a la comunicación, a promoción, a los sistemas y canales de distribución, a los procesos, al branding, a los sistemas de investigación, a la predicción del riesgo (aversión vs adicción), a la creatividad

- **Aspectos legales y éticos**

- La neurociencia frente a los comportamientos éticos y morales
- La ética en los procedimientos de investigación científica y en los de ciencias sociales
- La ética en la práctica del marketing y del neuromarketing
- Legislación aplicable a la práctica de neuromarketing
- Organismos que garantizan las prácticas legal y ética del marketing y del neuromarketing
- Situación actual de los planes de investigación en neuromarketing y estímulos de la administración en esta materia

- **Futuro de las neurociencias aplicadas a la empresa**

- Pensamiento estratégico
- Innovación disruptiva
- Gestión y liderazgo
- Coaching
- Comunicación estratégica (del storytelling a la comunicación corporativa, política, periodística, ...)
- Aplicaciones multidisciplinares (gastronomía, música, arquitectura, urbanismo...)
- Nuevas áreas de estudio (mindfulness, física cuántica,...)
- Salidas profesionales para los expertos en neurociencias aplicadas. Empresas emergentes

- **Trabajo Fin de Master**

Docentes de Universidad:

- Antonio Gabriel López Herrera. Universidad de Granada
- Francisco Lagos García. Universidad de Granada
- Francisco Liébana Cabanillas. Universidad de Granada
- Francisco Montoro Ríos. Universidad de Granada
- Francisco Muñoz Leiva. Universidad de Granada
- Jaime Vila Castellar. Universidad de Granada
- José Ángel Ibáñez Zapata. Universidad de Granada
- Juan Antonio Marchal Corrales. Universidad de Granada
- Juan Miguel Rey Pino. Universidad de Granada
- Juan Sánchez Fernández. Universidad de Granada
- Lidya Areño Garcia. Universidad de Granada
- Lucia Porcu. Universidad de Granada
- María Isabel Viedma del Jesús. Universidad de Granada
- María Trinidad Herrero Ezquerro. Universidad de Murcia
- Miguel Ángel Muñoz García. Universidad de Granada
- Miriam España Acebal. Universidad de Granada
- Rosa Montes Ramírez. Universidad de Granada
- Salvador Del Barrio García. Universidad de Granada

Docentes procedentes de instituciones y empresas:

- Celine Solnais. Departamento De Comercialización e Investigación De Mercados
- Cristóbal Carnero Pardo. Hospital Virgen de las Nieves
- Francisco Arribas Aguilar. Inside Brain
- Francisco Torreblanca. Sinaia
- José Manuel Navarro Llena. Momo Pocket Ede
- Juan Alberto Gonsálve Lara. Nyuron
- Juan Carrión Maroto. Be-Up
- María del Carmen Antúnez Almagro. Hospital Universitario Virgen de la Arrixaca
- María López Valdés. Bitbaintec
- María Pocovi. Emotion Research LAB
- Marta Romo. Be-Up
- Néstor Braidot. Braidot Business & Neuroscience



Especialización

Te preparamos para trabajar

La orientación profesionalizante del Máster te permitirá especializarte con los mejores docentes y profesionales en el campo del neuromarketing



Becas

Estamos a tu lado

El Programa de Becas de la Universidad de Granada te ayuda a realizar este Máster



Programa Práctico

Te acercamos a la empresa

Los alumnos podrán realizar prácticas en las empresas colaboradoras del Master



Línea de Financiación

Si quieres puedes

La Línea de Crédito ofertada en colaboración con Caja Rural de Granada te permite pagar tu Máster hasta en 60 meses con unas condiciones de financiación exclusivas



Universidad de Granada

Un Título de Prestigio

La superación del Posgrado permitirá la obtención de un Título Propio de la Universidad de Granada de carácter público



MPNA

Información e Inscripción

Área de Formación y Empleo
Fundación General Universidad de Granada - Empresa
Centro de Transferencia Tecnológica
Gran Vía de Colón, 48. Planta 1ª
18071 - Granada
Telf. +34 958 248379 Fax: 958 240995
E-mail: posgrados@fundacionugremplea.es
Web: posgrados.fundacionugremplea.es
[@Fundacion_UGR](https://twitter.com/Fundacion_UGR) 
facebook.com/Fundacion.UGR.Empresa 

Información

Fecha de realización:

Del 5 de noviembre de 2015 al 30 de junio de 2016

Fecha de inscripción:

Del 16 de junio de 2015 al 30 de octubre de 2015

Lugar de celebración:

Aulario de la Facultad de Derecho de la Universidad de Granada

Horario:

Jueves y viernes, tarde

Sábados, mañana

*El horario podrá sufrir modificaciones en función de las necesidades del máster.

Duración: 60 ECTS

Número de plazas: 25

Precio: 4.034,34 €

*Aquellos estudiantes que deseen obtener el título de Máster Propio deberán abonar las tasas correspondientes a los derechos de expedición del mismo, que serán fijadas para cada curso académico por el Consejo Social.

Becas:

Se destinarán a becas un máximo del 13% del presupuesto y se distribuirán conforme a los criterios establecidos según la normativa de becas de la Universidad de Granada.

Plazo de solicitud de beca: 21 días naturales desde el comienzo del posgrado.



Línea de financiación Línea de crédito preferente a través de Caja Rural de Granada.

Información e Inscripción
Área de Formación y Empleo
Fundación General Universidad de Granada - Empresa
Centro de Transferencia Tecnológica
Gran Vía de Colón, 48. Planta 1ª
18071 - Granada
Telf. +34 958 248379 Fax: 958 240995
E-mail: posgrados@fundacionugrempresa.es
@Fundacion_UGR
facebook.com/Fundacion.UGR.Empresa



Máster Propio en
**Neuromarketing
Aplicado**

posgrados.fundacionugrempresa.es

 @Fundacion_UGR

 [facebook.com/Fundacion.UGR.Empresa](https://twitter.com/Fundacion.UGR.Empresa)

Colabora:

