

## DADES GENERALS

## Curs acadèmic

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>Tipus de curs</b>     | Expert Universitari   |
| <b>Nombre de crèdits</b> | 15,00 Crèdits ECTS  |
| <b>Matrícula</b>         | 980 euros (import preu públic)  |
| <b>Requisits d'accés</b> | Titulats en graus i màster d'empresarials, màrqueting, comunicació, publicitat, turisme i psicologia<br>Estudiants als quals els manqui menys del 10% dels crèdits per obtenir els estudis de grau, de manera condicionada al fet que s'aproven durant el mateix curs acadèmic. |
| <b>Modalitat</b>         | Semipresencial  |
| <b>Lloc d'impartició</b> | Facultat de Economia  |
| <b>Horari</b>            | Dijous i divendres de 16.00 a 20.30 hores   |
| <b>Direcció</b>          |   |
| <b>Organitzador</b>      | Departament de Comercialització i Investigació de Mercats   |
| <b>Direcció</b>          | José Enrique Bigné Alcañiz<br>Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.<br>Universitat de València   |

## Terminis

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Preinscripció al curs</b> | Fins a 23/10/2024  |
| <b>Data inici</b>            | Novembre 2024  |
| <b>Data fi</b>               | Abril 2025   |
| <b>Més informació</b>        |  |
| <b>Telèfon</b>               | 961 603 000  |
| <b>E-mail</b>                | <a href="mailto:informacio@adeituv.es">informacio@adeituv.es</a> |

## PROGRAMA

## Neurociència, investigació de mercats i màrqueting

Neurociència aplicada; Decisió de compra; Emocions; Qüestionari; Tipus de dades; Estadística aplicada

## Eines i mètriques de neurociència en màrqueting

Eye tracking, facial coding, galvanic skin conductance, heart rate variability, electroencefalografia

## Programari de recollida de dades i anàlisi de mètriques

Sensorització de senyals, captura, tractament i anàlisi

## Aplicacions i treball aplicat

Aplicació de sensors, enregistrament i processament

## PROFESSORAT

## Maria del Carmen Abraham

Profesor/a Titular de Universidad. Universidad Nacional de Cuyo

## María Luisa Andreu Simó

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

## José Manuel Ausín Azofra

Técnico en Marketing

## José Enrique Bigné Alcañiz

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

**Antonio Carlos Cuenca Ballester**

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

**Carla Ruiz Mafé**

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

## OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

Empreses, agències de publicitat, instituts de recerca en consumidor, departaments acadèmics en investigació

Dotar l'estudiant dels coneixements necessaris per analitzar les respostes emocionals i no conscients del consumidor en un entorn digital com a base per desenvolupar estratègies de màrqueting. El títol combina la teoria amb l'aplicació pràctica

## METODOLOGIA

Classes teoricopràctiques. Aplicacions pràctiques. Casos d'ús. Coneixement aplicat d'eines i programari