

DADES GENERALS

Curs acadèmic

Tipus de curs	Expert Universitari
Nombre de crèdits	15,00 Crèdits ECTS
Matrícula	980 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	Titulats en graus i màster d'empresarials, màrqueting, comunicació, publicitat, turisme i psicologia 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.
Modalitat	Semipresencial
Lloc d'impartició	Facultat de Economia
Horari	Dijous i divendres de 16.00 a 20.30 hores
Direcció	Departament de Comercialització i Investigació de Mercats
Direcció	José Enrique Bigné Alcañiz Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 23/10/2024
Data inici	Novembre 2024
Data fi	Abril 2025
Més informació	
Telèfon	961 603 000
E-mail	informacio@adeituv.es

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