

DATOS GENERALES

Curso académico

| | |
|-----------------------------|--|
| Tipo de curso | Experto Universitario |
| Número de créditos | 15,00 Créditos ECTS |
| Matrícula | 980 euros (importe precio público) |
| Requisitos de acceso | Titulados en grados y master de empresariales, marketing, comunicación, publicidad, turismo y psicología Estudiantes a los cuales les falte menos del 10% de los créditos para obtener los estudios de grado, de forma condicionada al hecho de que se aprueban durante el mismo curso académico. |
| Modalidad | Semipresencial |
| Lugar de impartición | Facultad de Economía |
| Horario | Jueves y Viernes de 16.00 a 20.30 horas |

Dirección

| | |
|--------------------|---|
| Organizador | Departament de Comercialització i Investigació de Mercats |
| Dirección | José Enrique Bigné Alcañiz Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València |

Plazos

| | |
|--------------------------------|------------------|
| Preinscripción al curso | Hasta 23/10/2024 |
| Fecha inicio | Noviembre 2024 |
| Fecha fin | Abril 2025 |

Más información

| | |
|-----------------|--|
| Teléfono | 961 603 000 |
| E-mail | informacion@adeituv.es |

PROGRAMA

Neurociencia, investigación de mercados y marketing

Neurociencia aplicada; Decisión de compra; Emociones; Cuestionario; Tipo de datos; Estadística aplicada

Herramientas y métricas de neurociencia en marketing

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

Software de recogida de datos y análisis de métricas

Sensorización de señales, captura, tratamiento y análisis

Aplicaciones y trabajo aplicado

Aplicación de sensores, grabación y procesamiento

PROFESORADO

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

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Empresas, agencias de publicidad, institutos de investigación en consumidor, departamentos académicos en investigación

Dotar al estudiante de los conocimientos necesarios para analizar las respuestas emocionales y no conscientes del consumidor en un entorno digital como base para desarrollar estrategias de marketing. El título combina la teoría con la aplicación práctica

METODOLOGÍA

Clases teórico-prácticas. Aplicaciones prácticas. Casos de uso. Conocimiento aplicado de herramientas y software