

## DATOS GENERALES

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Curso académico</b>         | Curso 2024/2025  |
| <b>Tipo de curso</b>           | Experto Universitario  |
| <b>Número de créditos</b>      | 15,00 Créditos ECTS  |
| <b>Matrícula</b>               | 980 euros (importe precio público)   |
| <b>Requisitos de acceso</b>    | Titulados en grados y master de empresariales, marketing, comunicación, publicidad, turismo y psicología<br><br>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. |
| <b>Modalidad</b>               | Semipresencial   |
| <b>Lugar de impartición</b>    | Facultad de Economía   |
| <b>Horario</b>                 | Jueves y Viernes de 16.00 a 20.30 horas  |
| <b>Dirección</b>               |  |
| <b>Organizador</b>             | Departament de Comercialització i Investigació de Mercats  |
| <b>Dirección</b>               | José Enrique Bigné Alcañiz<br>Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.<br>Universitat de València  |
| <b>Plazos</b>                  |  |
| <b>Preinscripción al curso</b> | Hasta 23/10/24   |
| <b>Fecha inicio</b>            | Noviembre 24   |
| <b>Fecha fin</b>               | Abril 25   |
| <b>Más información</b>         |  |
| <b>Teléfono</b>                | 961 603 000  |
| <b>E-mail</b>                  | <a href="mailto:informacion@adeituv.es">informacion@adeituv.es</a>   |

## 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