

## MÁSTER EN NEUROMARKETING APLICADO

### Breve descripción del curso:

Los destinatarios de este Master en Neuromarketing Aplicado de la Universidad Politécnica de Valencia son aquellos graduados que, no habiendo tenido una formación previa en estos campos, quieran adquirir las competencias necesarias para poder desarrollar en un futuro sus capacidades técnicas en el entorno del Marketing y el Neuromarketing, bien por cuenta ajena, o bien por cuenta propia. Igualmente, podrán acceder al máster los estudiantes graduados/as, licenciados/as o diplomados/as en Administración y Dirección de Empresas o ámbitos similares con interés en el marketing, la comunicación y la psicología. Este máster puede ser cursado por profesionales del sector que poseen un título universitario oficial., para ampliar sus conocimientos y adquirir competencias en aquellas áreas que no han visto previamente.

El objetivo de este Master es conseguir que el alumno desarrolle habilidades generales y específicas, y adquiera conocimientos de estrategia, mercado/consumidor, ejecución de proyectos, técnicas y herramientas procedentes del Neuromarketing para emplearlas en los estudios de mercado y obtener un mejor conocimiento del consumidor; y exploración de los procesos inconscientes e interpretación de los resultados de las investigaciones para aplicarlos en estrategias de marketing, campañas publicitarias, planes de comunicación, experiencia cliente, diseño de productos, políticas de precios, entre otras acciones.

A lo largo del Máster se combina el aprendizaje teórico con el práctico, trabajando con:

- Laboratorios de Neuromarketing en directo, clases impartidas por profesionales en Neuromarketing, en las cuales se ve cómo funcionan las principales herramientas usadas en el campo de la neurociencia aplicadas al marketing: eye-tracker, codificación facial, neuroimagen, señales psicofisiológicas, etc.

- Sesiones prácticas y trabajos sobre casos reales, donde la teoría se llevará al terreno práctico.

El plan de estudios, formado por contenidos completamente actualizados, está elaborado para atender todas las áreas del Neuromarketing: Bases Neurofisiológicas, Tecnología, Marketing, Investigación de mercados y Ética.

### Al terminar la actividad el asistente podrá (descripción de objetivos de la actividad):

El objetivo de este Master es conseguir que el alumno desarrolle habilidades generales y específicas, y adquiera conocimientos de estrategia, mercado/consumidor, ejecución de proyectos, técnicas y herramientas procedentes del Neuromarketing para emplearlas en los estudios de mercado y obtener un mejor conocimiento del consumidor; y exploración de los procesos inconscientes e interpretación de los resultados de las investigaciones para aplicarlos en estrategias de marketing, campañas publicitarias, planes de comunicación, experiencia cliente, diseño de productos, políticas de precios, entre otras acciones.

A lo largo del Máster se combina el aprendizaje teórico con el práctico, trabajando con:

- Laboratorios de Neuromarketing en directo, clases impartidas por profesionales en Neuromarketing, en las cuales se ve cómo funcionan las principales herramientas usadas en el campo de la neurociencia aplicadas al marketing: eye-tracker, codificación facial, neuroimagen, señales psicofisiológicas, etc.

- Sesiones prácticas y trabajos sobre casos reales, donde la teoría se llevará al terreno práctico.

El plan de estudios, formado por contenidos completamente actualizados, está elaborado para atender todas las áreas del Neuromarketing: Bases Neurofisiológicas, Tecnología, Marketing, Investigación de mercados y Ética.

### Conocimientos de acceso:

Los alumnos deberán acreditar el nivel de acceso a las enseñanzas oficiales de máster en una universidad española según la normativa vigente.

La superación de los estudios dará derecho, en su caso, a la obtención del correspondiente Título Propio de la Universitat Politècnica de València de Máster firmado por el Rector.

Si el alumno posee una titulación Universitaria no Española, deberá ponerse en contacto con la secretaria para informarse de las gestiones de legalización de documentos académicos.

#### Conocimientos previos necesarios:

No aplica.

Se requiere titulación universitaria. Excepcionalmente se puede considerar por la Dirección el acceso a profesionales sin titulación universitaria que tengan una experiencia demostrada de más de tres años en un ámbito relacionado con el programa y acrediten requisitos legales para cursar estudios universitarios. Los alumnos matriculados en estas condiciones sólo podrán obtener un certificado de Aprovechamiento por los estudios superados pero no podrán optar a la obtención del Título Propio de postgrado.

#### Acción formativa dirigida a:

- Titulados universitarios (diplomados o licenciados): Ingeniería, ADE, Diseño, Publicidad, Arquitectura, Periodismo, Derecho, Informática, Psicología, Sociología.
  - Profesionales con nivel de acceso a la universidad (COU o equivalente) y 3 años de experiencia en el sector.
  - Futuros directores de marketing y/o de comunicación.
- El marketing es una disciplina transversal, necesaria y útil para cualquier área de trabajo y cualquier sector empresarial (industrial y servicios)

## PARTE 1

Módulo 1. El marketing dentro de la empresa  
Importancia del marketing en la empresa en los escenarios actuales.

Módulo 2. Marketing Estratégico.  
Importancia de analizar el entorno, la competencia, el comportamiento del consumidor. Segmentar según interés y posicionar en base a un plan estratégico.

Módulo 3. La investigación en el marketing  
Tipos de investigación. La informática y la estadística aplicada a la investigación del marketing.

Módulo 4. Marketing operativo.  
Lanzamiento de productos y servicios. Gestión del precio. Distribución y trade marketing.

Módulo 5. Marketing internacional.  
Planteamiento estratégico internacional. Estudio y adaptación a mercados internacionales.

Módulo 6. Planificación y control de marketing.  
Análisis de las variables del marketing-mix dentro de los objetivos de la empresa.

Módulo 7. Nuevas tendencias en marketing.  
Exposición de las nuevas tendencias en marketing basadas en marketing digital y neuromarketing.

Módulo 8. Plan de marketing aplicado.  
Elaboración de un plan de marketing aplicado en base a los casos presentados en los módulos previos.

## PARTE 2

Módulo 9. Neurociencia y Marketing.  
La asignatura Neurociencias y Marketing se centra en el estudio de los conceptos que desde las neurociencias han permitido contemplar el Marketing desde una nueva perspectiva en la que el consumidor no sigue el paradigma de un supuesto comportamiento racional.

Módulo 10. Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor.  
El neuromarketing será una pieza clave en el futuro del análisis del comportamiento del consumidor, pero para poder descifrar el rol que este nuevo paradigma tiene (y tendrá) dentro del sector, es esencial tener un conocimiento básico tanto de los pilares fundacionales de la investigación de mercados, como de la enorme metamorfosis que está sufriendo el sector en la actualidad.

Módulo 11. Biometría en Neuromarketing.  
La asignatura Biometría en Neuromarketing introduce al alumno en el campo tecnológico multidisciplinar de la neurociencia aplicada al neuromarketing. Se proporciona un recorrido a través de las técnicas emergentes más usadas en el nuevo marketing.

Módulo 12. Investigación en Neuromarketing.  
Esta materia se enmarca dentro del universo de la Investigación de Mercados. Las herramientas convencionales principales que se han venido utilizando para conocer al consumidor han sido los Estudios Cuantitativos, los Estudios Cualitativos, los Paneles de la Distribución, el Estudio General de Medios, etc.

Módulo 13. Marketing Experiencial.  
La asignatura supone un estudio teórico-práctico del marketing experiencial en entornos BtC (gran consumo) versus BtB (empresas), de la estructura del marketing experiencial: posicionamientos, momentos experienciales de la verdad y momentos Stendhal, las cuatro E: experience, everyplace, exchange y evangelism.

Módulo 14. Neuromarketing y Nuevas Tecnologías.  
En esta asignatura se trata de entender bien todos esos factores y condicionantes que influyen en la toma de decisión del consumidor a nivel neurológico para arrojar luz sobre un tema tan complejo como apasionante y útil en la toma de decisiones de marketing en el ámbito de las nuevas tecnologías.

Módulo 15. Neuromarketing en la Organización Empresarial.  
La asignatura tiene que objetivo aportar una visión general de las neurociencias en la gestión de las organizaciones, con el fin de aplicar a este ámbito los conocimientos y competencias adquiridos a lo largo del máster.

Módulo 16. Proyecto Aplicado.  
Elaboración de un plan de comunicación aplicado en base a los casos presentados en los módulos previos.

## PARTE 3

Módulo 17. Investigación en Marketing.  
Empleo de equipos y software de marketing digital y de neuromarketing. Aprendizaje de elaboración de un plan de investigación: etapas y planteamiento.

## Temas a desarrollar:

Módulo 18. Tesina final de máster.  
Proyecto final de máster. Tutorías y control de proyecto. Exposición y defensa ante tribunal.

## Metodología didáctica:

El Máster en Neuromarketing Aplicado de la Universidad Politécnica de Valencia comprende un total de 90 créditos ECTS troncales impartidos de manera online, con posibilidad de seguimiento semipresencial (viernes tarde y sábados mañana), mediante la aplicación de teledocencia de la UPV, denominada Policonecta.

Así mismo, puede ser seguido de manera offline (asíncrona), visualizando las clases grabadas y siguiendo los apuntes, resolución de ejercicios, casos y exámenes tipo test, conforme al ritmo del alumno, con una fecha límite de entrega de tareas.

Se emplea una metodología pedagógica denominada edutainment (formación y entretenimiento), teniendo una duración total de 12 meses.

El carácter del título es nacional e internacional.

Está compuesto de 18 asignaturas obligatorias y una tesina final de máster, convalidable con prácticas en empresa. La estructura es modular, por lo que los alumnos que cumplan con los criterios de acceso al título pueden cursar módulos independientes.

### PARTE 1

Asignatura 1: El Marketing dentro de la Empresa

Asignatura 2: Marketing Estratégico

Asignatura 3: La Investigación en el Marketing

Asignatura 4: Marketing Operativo

Asignatura 5: Marketing Internacional

Asignatura 6: Planificación y Control de Marketing

Asignatura 7: Nuevas tendencias en marketing

Asignatura 8: Plan de Marketing Aplicado

### PARTE 2

Asignatura 9: Neurociencia y Marketing.

Asignatura 10: Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor.

Asignatura 11: Biometría en Neuromarketing.

Asignatura 12: Investigación en Neuromarketing.

Asignatura 13: Marketing Experiencial.

Asignatura 14: Neuromarketing y Nuevas Tecnologías.

Asignatura 15: Neuromarketing en la Organización Empresarial.

Asignatura 16: Proyecto Aplicado

### PARTE 3

Asignatura 17: Investigación en Marketing

Asignatura 18: Tesina Final Master / Prácticas en Empresa

Cada asignatura consta de sesiones presenciales que pueden ser seguidas a través de la plataforma de teledocencia Policonecta de la UPV (en directo o grabado) y una documentación base para trabajo online, con Polimedias, ejemplos, ejercicios y casos prácticos reales, disponible a través de la intranet Poliformat de la UPV. Así mismo, los alumnos pueden desarrollar video tutorías online a través de la plataforma Polireunión de la UPV o Skype.

El alumno debe de hacer prácticas de investigación en los grupos actualmente activos (líneas de investigación en Estudios de Mercado, Neuromarketing y Marketing Digital).

Para completar la formación, el alumno realizará una tesina, en el que se cubrirán todas las etapas vistas, trabajando un caso real. Esta asignatura/trabajo puede ser convalidada con prácticas en empresa.

El alumno tiene la opción de realizar prácticas de empresa (el máster dispone de una bolsa de prácticas para alumnos y bolsa de empleo para alumnos y egresados).

Es posible convalidar la parte de marketing (las primeras 8 asignaturas, equivalente a 30 créditos) al haber estudiado el programa formativo Diploma de Especialización en Marketing, restando al estudiante cursar la parte de Neuromarketing, Investigación en Marketing y la tesina final de máster.

Para la obtención del título propio, es requisito indispensable haber superado todas las asignaturas obligatorias y la tesina final de máster, contemplando la posibilidad de cursarlos en diferentes ediciones del programa.

## Documentación a entregar a los alumnos:

La documentación que ha de aportar el alumno es la siguiente para poder matricularse:

Alumno de la Unión Europea: DNI (o equivalente) y título universitario escaneado.

Alumno de fuera de la Unión Europea: Pasaporte o cédula de ciudadanía y título universitario escaneado (es requisito que esté apostillado, pudiendo enviar el título escaneado sin apostilla para la matrícula y actualizar el expediente antes de la obtención del título, siendo condición obligatoria).

## Otra Información de interés:

### Salidas profesionales:

Este Master sirve de complemento a la formación general, que debe poseer cualquier profesional del marketing, la comunicación o la psicología, para el mejor conocimiento y desarrollo en ella de todos los aspectos del Marketing y el Neuromarketing que la rodean y que prepara al alumno para el ejercicio en dicho ámbito, preparándole específicamente para el diseño y la resolución de las actividades diarias y cotidianas.

Por tanto, el egresado en el Master en Neuromarketing Aplicado de la Universidad Politécnica de Valencia una vez adquirida la formación avanzada que ofrece de carácter especializado y multidisciplinar, está posibilitado para adaptar su especialización profesional a la dirección de marketing de empresas, facilitando la planificación, organización, gestión y control de las actividades estratégicas/marketing y comerciales de cualquier organización.

La formación en Neuromarketing le prepara para dar respuesta a la percepción de las marcas y campañas publicitarias por parte de los clientes, a través del análisis de sus preferencias, motivaciones y estímulos, pudiendo ajustar los mensajes con el fin de obtener respuestas positivas en base a las investigaciones desarrolladas. De esta manera será capaz de:

- Aplicar los diversos soportes, herramientas y canales empleados en el neuromarketing.
- Identificar las necesidades del consumidor con las técnicas del neuromarketing y darles respuestas efectivas.
- Interpretar los resultados de la investigación para su utilización en el ámbito del marketing y la publicidad.
- Definir estrategias de marketing, publicidad, comunicación y negocio más exitosas.
- Asesorar a personas, empresas u organizaciones en la utilización de técnicas de uso habitual en neuromarketing.
- Comunicar las conclusiones de las investigaciones, de un modo claro y conciso, tanto especializados como no especializados.

Los titulados en el Máster en Neuromarketing Aplicado de la Universidad Politécnica de Valencia están formados para desarrollar su labor profesional en diversos puestos entre los que destacan:

- Director de marketing
- Director comercial
- Planificador estratégico
- Responsable de estudios de mercado
- Product manager
- Pricing manager
- Trade marketing manager
- Digital manager
- Auditor comercial y de marketing
- Responsable de comunicación

Desde la perspectiva del neuromarketing.

El Master en Neuromarketing Aplicado de la Universidad Politécnica de Valencia ofrece al alumno numerosas posibilidades profesionales en puestos cualificados y de responsabilidad.

Muchas son profesiones emergentes que demandan un perfil especialista en Neuromarketing, lo que supone una gran oportunidad para nuestros alumnos. Destacan, entre otras:

- Departamentos de Marketing de las empresas.
- Departamentos de Comunicación de las empresas.
- Departamentos de Business Intelligence de las empresas (Investigación de Mercados, Market Research, Customer Insight).
- Empresas de Business Intelligence (Investigación de Mercados, Market Research, Customer Insight).
- Agencias de Publicidad.
- Consultoras de Marketing.
- Laboratorios y proveedores de servicios de Neuromarketing.
- Formación de nuevas generaciones (Universidades y Business School).

El egresado del Master en Neuromarketing Aplicado de la Universidad Politécnica de Valencia, al término del máster, estará especializado en marketing con conocimientos en neurociencia que trabaja en las estrategias del neuromarketing para conocer el proceso de la toma de decisiones del consumidor e influir así en ellas, para promover la compra de los productos/servicios ofrecidos por las empresas.

Estará capacitado también, para tomar decisiones y asesorar en la aplicación de las neurociencias en entornos tradicionales de marketing y en nuevos entornos. Será un especialista en el conocimiento de las técnicas de investigación de neuromarketing y en cómo aplicarlas para identificar oportunidades de mercado.

Estará capacitado para planificar estrategias de marketing basadas en cómo es la respuesta neurológica ante determinados estímulos comerciales y será un experto conocedor en cómo utilizar los soportes y medios adecuados para conseguir que los clientes tengan experiencias satisfactorias con los productos y los servicios.

Así mismo, el egresado estará especializado en estructurar e interpretar la información resultante de las investigaciones de neuromarketing para la toma de decisiones y para aplicarlas de forma práctica en la resolución de problemas comerciales y de marketing de las empresas.

## Condiciones generales

La acción formativa cumple las siguientes condiciones generales: [http://www.cfp.upv.es/cond\\_gen?5](http://www.cfp.upv.es/cond_gen?5)

## Organizadores:

Responsable de actividad	DIRECTOR ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE ALCOI
Codirector	FRANCISCA SEMPERE RIPOLL
Coordinador	DAVID JUÁREZ VARÓN

## Datos básicos:

Dirección web	<a href="http://www.mastermarketingupv.com">www.mastermarketingupv.com</a>
Correo electrónico	<a href="mailto:macom@upv.es">macom@upv.es</a>
Tipo de curso	MASTER
Estado	MATRICULABLE
Duración en horas	405 horas presenciales, 495 horas a distancia
Créditos ECTS	90
Información técnica docente	David Juárez Varón Tlf/Fax: 966.528.467 y Móvil: 606.650.109 Lunes-Viernes: 10:00-14:00 Despacho C1DA2 -Edif. Carbonell - Campus Alcoy UPV

## Dónde y Cuándo:

Dónde	VALÈNCIA
Horario	MAÑANA Y TARDE
Observaciones al horario	Viernes mañana y tarde, sábado mañana y tarde
Lugar de impartición	Online. Sesiones presenciales voluntarias:  VALENCIA Universidad Politécnica de Valencia. Facultad de ADE de la UPV Aula docente: Por determinar.  ALCOY Campus de Alcoy Universidad Politécnica de Valencia. Aula docente: Por determinar.
Fecha Inicio	18/10/19
Fecha Fin	4/10/20 La fecha límite para entrega de trabajos, realización de prácticas y otras actividades no lectivas será el 31/03/21

## Datos de matriculación:

Matrícula desde	13/05/19
Inicio de preinscripción	4/04/19
Mínimo de alumnos	10
Máximo de alumnos	100
Precio	4.995,00 euros
Observaciones al precio	<p>4.495€ Público en general  3.145€ Personal UPV  3.145€ Alumno UPV  3.145€ Alumni UPV PLUS o AAA UPV  3.995€ Países de rentas bajas  3.595€ Desempleados. Familia numerosa. Minusvalía.  4.045€ Asociaciones empresariales. Colegios profesionales. Club de marketing.  4.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€ ) Público en general  3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€ ) Personal UPV  3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€ ) Alumno UPV  3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€ ) Alumni UPV PLUS o AAA UPV  4.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€ ) Asociaciones empresariales. Colegios profesionales. Club de marketing.  3.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€ ) Desempleados. Familia numerosa. Minusvalía.</p>

**Profesorado:**

ÁLVAREZ RATEIKE, JORGE  
AURA, JORDI RAFAEL  
AUSIN AZOFRA, JOSE MANUEL  
DE LA MORENA GÓMEZ, ALEXIA  
FERNÁNDEZ MADRID, MARI CRUZ  
FERREIRÓS BENNETT, PABLO  
GARCÍA MARTÍNEZ, JUAN RUBÉN  
GARCÍA PÉREZ, JOSÉ MANUEL  
GONZÁLEZ GIL, ADRIANA ANDREINA  
JUÁREZ VARÓN, DAVID  
LLEÓ DOLS, LAVINIA ISABEL  
LORENTE SANJUAN, FRANCISCO JAVIER  
MENGUAL RECUERDA, ANA  
PERÁN LÓPEZ, JESÚS  
PORTILLO POBLADOR, NURIA  
RODRÍGUEZ CONDÉS, LUCIA  
RODRÍGUEZ VILLALOBOS, ALEJANDRO  
SANCHEZ AZNAR, MARIA DE LOS ANGELES  
SEMPERE RIPOLL, FRANCISCA  
SERRANO GUILLEN, IGNACIO  
TORREBLANCA DIAZ, FRANCISCO  
TORRECILLA MORENO, CARMEN  
TRUJILLO RUIZ, FRANCISCO DE BORJA  
URDANETA URDANETA, RUBEN JESSE  
VILLEN A GUIRAO, FABIÁN

**Asignaturas del Curso:**

Asignatura	Tipo oferta	Nombre del Grupo	Previsto Inicio	Previsto Fin
EL MARKETING DENTRO DE LA EMPRESA	T	19_20. MDMCE	18/10/19	4/10/20
MARKETING ESTRATÉGICO	T	19_20. MDMCE	22/11/19	4/10/20
LA INVESTIGACIÓN EN EL MARKETING	T	19_20. MDMCE	20/12/19	4/10/20

MARKETING OPERATIVO	T	19_20. MDMCE	17/01/20	4/10/20
MARKETING INTERNACIONAL	T	19_20. MDMCE	14/02/20	4/10/20
PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE MARKETING	T	19_20. MDMCE	28/02/20	4/10/20
PLAN DE MARKETING APLICADO	T	19_20. MDMCE	18/10/19	4/10/20
NUEVAS TENDENCIAS EN MARKETING	T	19_20. MDMCE	13/03/20	4/10/20
PROYECTO APLICADO	T	19_20. MDMCE	20/03/20	4/10/20
INVESTIGACIÓN EN MARKETING	T	19_20. MDMCE	18/10/19	4/10/20
NEUROCIENCIA Y MARKETING	T	19_20. MDMCE	20/03/20	4/10/20
NEUROMARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	T	19_20. MDMCE	17/04/20	4/10/20
BIOMETRIA EN NEUROMARKETING	T	19_20. MDMCE	16/05/20	4/10/20
INVESTIGACION EN NEUROMARKETING	T	19_20. MDMCE	5/06/20	4/10/20
MARKETING EXPERIENCIAL	T	19_20. MDMCE	12/06/20	4/10/20
NEUROMARKETING Y NUEVAS TECNOLOGIAS	T	19_20. MDMCE	26/06/20	4/10/20
NEUROMARKETING EN LA ORGANIZACION EMPRESARIAL	T	19_20. MDMCE	3/07/20	4/10/20
TESINA FINAL MASTER NEUROMARKETING APLICADO	T	19_20. MDMCE	18/10/19	4/10/20
PRACTICAS DE EMPRESA	O	19_20. MDMCE	18/10/19	31/12/19

[O] Optativa [T] Troncal