

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):

Objetivos:

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:

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 neuromarketing 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

El alumno al matricularse elige entre:
Módulo 17. Investigación en Marketing (Optativa)
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:

investigación: etapas y planteamiento.

Módulo 17. Prácticas Curriculares (Optativa)

El alumno debe de buscar la empresa para desarrollar la práctica u optar a una de las ofertadas por el programa de prácticas del máster.

Módulo 18. Tesina final de máster.

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

Prácticas extracurriculares disponibles.

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 o Prácticas Curriculares (optatividad, elegir una de las dos opciones)

Asignatura 18: Tesina Final Master

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 puede hacer prácticas de investigación en los grupos actualmente activos (líneas de investigación en Estudios de Mercado, Neuromarketing y Marketing Digital) o prácticas curriculares en empresa (el alumno busca la empresa).

Para completar la formación, el alumno realizará una tesina, en el que se cubrirán todas las etapas vistas, trabajando un caso real. La defensa del proyecto puede ser convalidada con prácticas en empresa.

El alumno tiene la opción de realizar prácticas extracurriculares de empresa (el máster dispone de una bolsa de prácticas para alumnos y bolsa de empleo para alumnos y egresados). Si la oferta de prácticas no es suficiente o no se ajusta a las necesidades del alumno, éste puede buscar una empresa para hacer prácticas (condición única: que tenga sede en España y que sean remuneradas).

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:

Otra información:

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?6	
Organizadores:	
Responsable de actividad	DIRECTOR ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE ALCOI
Director académico	DAVID JUÁREZ VARÓN
Codirector	FRANCISCA SEMPERE RIPOLL
Coordinador	ANA MENGUAL RECUERDA
Datos básicos:	
Dirección web	http://www.mastermarketingupv.com
Correo electrónico	macom@upv.es
Tipo de curso	MASTER
Estado	IMPARTIÉNDOSE
Duración en horas	400 horas presenciales, 500 horas a distancia
Créditos ECTS	90
Información técnica docente	<p>Ámbito Académico: David Juárez Varón Edif. Carbonell - Campus Alcoy UPV Lunes-Viernes: 10:00-18:00</p> <p>Olga Mykhaylyuk Facultad de Administración de Empresas - Campus de Valencia Lunes-Viernes: 10:00-18:00</p> <p>Tlf/Fax: 966.528.467 y Móvil: 606.650.109</p> <p>Ámbito CFP: IVAN FERRANDO GUILLEM Horario de Atención al Público: 10:00h A 14:00h Teléfono: 96 652 84 84 Fax: 95 652 85 33 E-Mail: cfpalcoi@cfp.upv.es Web: www.cfp.upv.es</p>
Dónde y Cuándo:	
Dónde	VALÈNCIA
Horario	MAÑANA Y TARDE
Observaciones al horario	viernes tarde, sábado mañana.
Lugar de impartición	<p>SEGUIMIENTO ONLINE: Sesiones presenciales voluntarias a través de la plataforma Policonecta de la UPV.</p> <p>Presencialidad Campus VALENCIA Facultad de ADE de la UPV Aula docente: Por determinar.</p> <p>Presencialidad Campus ALCOY Campus de Alcoy de la UPV Aula docente: Por determinar.</p>
Fecha Inicio	16/10/20
Fecha Fin	31/12/21 La fecha límite para entrega de trabajos y otras actividades no lectivas será el 31/12/21
Datos de matriculación:	

Matrícula desde	4/05/20
Matrícula hasta	27/11/20
Inicio de preinscripción	28/04/20
Mínimo de alumnos	10
Máximo de alumnos	150
Precio	<p>4.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Público en general</p> <p>4.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.500€) Público en general desde 10/04/20 hasta 22/09/20</p> <p>4.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Asociaciones empresariales.Colegios profesionales.Club de marketing.</p> <p>4.045€ (en 5 plazos, primer plazo 1.500€) Asociaciones empresariales.Colegios profesionales.Club de marketing. Periodo promocional. desde 10/04/20 hasta 22/09/20</p> <p>3.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Desempleados. Familia numerosa. Minusvalía.</p> <p>3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.500€) Desempleados.Familia numerosa.Minusvalía. Periodo promocional. desde 10/04/20 hasta 22/09/20</p> <p>3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumno UPV</p> <p>3.145€ (en 5 plazos, primer plazo 1.500€) Alumno UPV desde 15/04/20 hasta 22/09/20</p> <p>3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Personal UPV</p> <p>3.145€ (en 5 plazos, primer plazo 1.500€) Personal UPV desde 15/04/20 hasta 22/09/20</p> <p>3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumni UPV PLUS o AAA UPV</p> <p>3.145€ (en 5 plazos, primer plazo 1.500€) Alumni UPV PLUS o AAA UPV desde 15/04/20 hasta 22/09/20</p> <p>3.995€ Países de rentas medias o bajas.</p>

Profesorado:

ÁLVAREZ GARZÓN, ROBERTO
 ÁLVAREZ RATEIKE, JORGE
 AURA ESTEVE, JORDI RAFAEL
 AUSIN AZOFRA, JOSE MANUEL
 DE LA MORENA GÓMEZ, ALEXIA
 FERREIRÓS BENNETT, PABLO
 GARCÍA MARTÍNEZ, JUAN RUBÉN
 GARCÍA PÉREZ, JOSÉ MANUEL
 JUÁREZ VARÓN, DAVID
 LLEÓ DOLS, LAVINIA ISABEL
 MENGUAL RECUERDA, ANA
 MYKHAYLYUK, OLGA
 RODRÍGUEZ CONDÉS, LUCIA
 RODRÍGUEZ VILLALOBOS, ALEJANDRO
 RUBIO GARCÍA, JAVIER
 SANCHEZ AZNAR, MARIA DE LOS ANGELES
 SEMPERE RIPOLL, FRANCISCA
 TRUJILLO RUIZ, FRANCISCO DE BORJA
 VILLENA GUIRÃO, FABIÁN

Asignaturas del Curso:

Asignatura	Tipo oferta	Nombre del Grupo	Previsto Inicio	Previsto Fin
EL MARKETING DENTRO DE LA EMPRESA	T	20_21. MACO M	16/10/20	31/10/20
MARKETING ESTRATÉGICO	T	20_21. MACO M	6/11/20	14/11/20

MARKETING OPERATIVO	T	20_21. MACO M	4/12/20	19/12/21
MARKETING INTERNACIONAL	T	20_21. MACO M	8/01/21	16/01/21
PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE MARKETING	T	20_21. MACO M	29/01/21	30/01/21
PLAN DE MARKETING APLICADO	T	20_21. MACO M	16/10/20	26/02/21
NUEVAS TENDENCIAS EN MARKETING	T	20_21. MACO M	16/10/20	27/02/21
PROYECTO APLICADO	T	20_21. MACO M	5/02/21	2/07/21
INVESTIGACIÓN EN MARKETING	O	20_21. MACO M	1/02/21	18/12/21
NEUROCIENCIA Y MARKETING	T	20_21. MACO M	5/02/21	20/02/21
NEUROMARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	T	20_21. MACO M	26/02/21	9/04/21
BIOMETRIA EN NEUROMARKETING	T	20_21. MACO M	10/04/21	15/05/21
INVESTIGACION EN NEUROMARKETING	T	20_21. MACO M	21/05/21	22/05/21
MARKETING EXPERIENCIAL	T	20_21. MACO M	28/05/21	5/06/21
NEUROMARKETING Y NUEVAS TECNOLOGIAS	T	20_21. MACO M	11/06/21	12/06/21
NEUROCIENCIA EN LA ORGANIZACION EMPRESARIAL	T	20_21. MACO M	18/06/21	26/06/21
TESINA FINAL MASTER NEUROMARKETING APLICADO	T	20_21. MACO M	16/10/20	31/12/21

PRACTICAS DE EMPRESA	O	20_21. MACO M	16/10/2 0	31/12/2 1
LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN EL MARKETING	T	20_21. MACO M	20/11/2 0	28/11/2 0
[O] Optativa [T] Troncal				