

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Contenido teórico	Evento (2 puntos)	Trabajo (4 puntos)
Semana 1	Tema 1. Introducción a la psicología del consumidor y a la investigación de mercados 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Pasado, presente y futuro de la psicología del consumidor y de la investigación de mercados 1.3. La gran omisión de la investigación de mercados 1.4. El futuro de la psicología del consumidor y del sector de investigación de mercados 1.5. Referencias bibliográficas	Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,10 puntos cada una) Test tema 1 (0,05 puntos)	
Semana 2	Tema 2. Base psicológica de la economía conductual 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. La economía conductual como nuevo marco teórico de la investigación de mercados		Lectura: Daniel Kahneman y la psicología económica (0,8 puntos)
Semana 3	Tema 2. Base psicológica de la economía conductual (continuación) 2.3. Sistema 1 y Sistema 2 de la mente 2.4. Sistema 1 y el neuromarketing 2.5. Referencias bibliográficas	Test tema 2 (0,05 puntos)	
Semana 4	Tema 3. Heurísticos y sesgos cognitivos 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Una historia personal como introducción 3.3. ¿Qué son los heurísticos? 3.4. ¿Qué son los sesgos cognitivos? 3.5. Referencias bibliográficas	Test tema 3 (0,05 puntos)	
Semana 5	Tema 4. Neurocualitativos: neuromarketing aplicado a la investigación cualitativa 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. ¿Qué son los neurocualitativos? 4.3. ¿Qué son los neurocualitativos experienciales? 4.4. ¿Cuál es el objetivo de los neurocualitativos experienciales? 4.5. Tecnologías empleadas en los neurocualitativos experienciales		
Semana 6	Tema 4. Neurocualitativos: neuromarketing aplicado a la investigación cualitativa (continuación) 4.6. Ejecución de los neurocualitativos experienciales 4.7. Ejemplo real sobre la aplicación de neurocualitativos en el sector bancario 4.8. Referencias bibliográficas	Test tema 4 (0,05 puntos)	Caso práctico: Análisis de una entrevista de neurocualitativos (1 puntos)
Semana 7	Semana de repaso		

	Contenido teórico	Evento (2 puntos)	Trabajo (4 puntos)
Semana 8	Tema 5. Etnografía emocional 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. ¿Qué es la etnografía emocional? 5.3. ¿Qué hace un etnógrafo emocional? 5.4. Las emociones y la antropología 5.5. Marco conceptual para la ejecución de etnografía emocional 5.6. Objetivos de la etnografía emocional desde la perspectiva de investigación de mercados 5.7. Metodología de recogida de información en etnografía emocional 5.8. Referencias bibliográficas	Foro de debate: La importancia de las emociones para el futuro de la investigación de mercados (0,65 puntos) Test tema 5 (0,05 puntos)	
Semana 9	Tema 6. La predicción afectiva 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. La capacidad humana de predecir 6.3. Los elementos de la predicción afectiva 6.4. El sesgo de impacto 6.5. Errores sistemáticos relacionados con la predicción afectiva 6.6. Referencias bibliográficas	Test tema 6 (0,05 puntos)	Caso práctico: Ejemplo del sesgo de impacto y análisis (1,2 puntos)
Semana 10	Tema 7. La distancia psicológica 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La distancia psicológica 7.3. La distancia psicológica y las representaciones mentales 7.4. La Teoría del Nivel de Conceptualización o Construal Level Theory (CLT) 7.5. La Construal Level Theory (CLT) y el estudio del comportamiento del consumidor		
Semana 11	Tema 7. La distancia psicológica (continuación) 7.6. Cerrando el gap de la distancia psicológica 7.7. Pensar fuera de la caja (el cuarto paso) 7.8. Referencias bibliográficas	Foro de debate: La importancia de frenar el «salto a las conclusiones» del Sistema 1 para ser un buen investigador social (0,7 puntos) Test tema 7 (0,05 puntos)	Caso práctico: Ejemplo de falacia narrativa y análisis (1 puntos)
Semana 12	Tema 8. La ilusión de entender y las falacias narrativas 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. La investigación de mercados y el escepticismo 8.3. La ilusión de entender 8.4. La ilusión de entender y la falacia narrativa		
Semana 13	Tema 8. La ilusión de entender y las falacias narrativas 8.5. Nuestra tendencia hacia la ilusión de entender y la falacia narrativa 8.6. La falacia narrativa y la explicación de eventos pasados 8.7. La falacia narrativa según Nassim Nicholas Taleb	Test tema 8 (0,05 puntos)	
Semana 14	Tema 9. El cerebro como fábrica de ilusiones prácticas 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. La teoría neurocientífica del cerebro como fábrica de ilusiones prácticas 9.3. La importancia de la teoría del cerebro como como fábrica de ilusiones prácticas como vía para entender el funcionamiento del cerebro.	Test tema 9 (0,05 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		