

MÁSTER EN NEUROMARKETING

Optativas			
Créditos ECTS:	6		
Carácter	Optativa		
Unidad temporal:	1 asignatura en el segundo cuatrimestre		
Requisitos Previos			
No se han establecido requisitos previos de acceso a esta materia			
SISTEMA DE EVALUACIÓN		PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación en foros y otros medios participativos		5%	10%
Realización de trabajos, proyectos y casos		10%	20%
Test de evaluación		15%	30%
Prueba de evaluación final presencial		60%	60%
COMPETENCIAS			
Generales	Específicas	Transversales	
CG2, CG4, CG5	CE2, CE3, CE6, CE7, CE8	CT1, CT2, CT3, CT4	
DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS			
Denominación de la asignatura	Cuatrimestre	Créditos ECTS	Carácter
Estadística Aplicada para Neuromarketing.	2	6	Op
Neurociencias Aplicado a la Empresa.	2	6	Op
El Neuromarketing y las Nuevas Tecnologías.	2	6	Op

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	% PRESENCIAL
Sesiones Presenciales Virtuales	30	100%
Estudio Personal de material básico	120	0%
Lectura de material complementario	5	0%
Casos Prácticos	10	20%
Evaluación	2	100%
Tutorías	3	50%
Foros y debates (trabajo colaborativo)	10	25%
Total	180	

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

Estadística Aplicada para Neuromarketing.

Inferencia estadística: contraste de hipótesis. Métodos estadísticos para segmentación y posicionamiento. Métodos estadísticos para la investigación y experimentación comercial (encuestas, muestras y diseño de experimentos). Métodos multivariantes en Marketing (conglomerados, componentes principales, análisis factorial y análisis discriminante). Técnicas estadísticas para el análisis de neuroimágenes. Técnicas estadísticas para el análisis biométrico.

Neuromarketing Aplicado a la Empresa.

Neuromanagement. Neuroliderazgo. Neurocoaching. Neuropolítica. Neuromarketing para PYMES.

El Neuromarketing y las Nuevas Tecnologías.

Neuromarketing e internet. Neuromarketing y las redes sociales: lenguajes y clientes. Neuromarketing: emociones y la comunicación visual de páginas web. Neuromarketing y soportes: smartphones, tabletas, etc.