UNIVERSIDAD DE GRANADA

Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte de Melilla

Curso 'Cerebro y Consumo: Cómo aplicar la neurociencia a la inteligencia de marketing'

Desde el Mié, 10/07/2024 - 09:00 Hasta el Mié, 12/07/2024 - 09:00

curso, consumo, marketing, neurociencia

Ya está abierto el periodo de matriculación para el curso **'Cerebro y Consumo: Cómo aplicar la neurociencia a la inteligencia de marketing'**, que tendrá lugar del **10 al 12 de julio** en la **Sala de Conferencias de la Consejería de Cultura de Melilla** y del que hay **40 plazas disponibles.**

Este curso, que es **gratuito y consta de 20 horas presenciales,** está dirigido por el catedrático de Marketing de la Universidad de Granada (UGR), Salvador del Barrio García, y su homólogo de la Universidad de Valencia, José Enrique Bigné Alcañiz.

Reconocimiento de créditos ECTS

Este curso podrá ser reconocido por créditos ECTS Optativos que actualmente están solicitados

Copyright© 2025 Universidad de Granada

Introducción

Este curso de verano ofrece una visión integral de las contribuciones que la neurociencia puede hacer en el campo del marketing (neuromarketing). Los participantes aprenderán cómo los consumidores toman decisiones, qué herramientas proporciona la neurociencia para medir las respuestas del consumidor y ejemplo reales de aplicaciones del neuromarketing en las estrategias de marketing de las empresas. Utilizando conocimientos de la neurociencia, los participantes aprenderán a aplicar estos insights de manera rentable en la comunicación de su marca para incrementar el éxito de la empresa.

El neuromarketing permite comprender mejor las decisiones de compra de los clientes mediante el uso de técnicas de diagnóstico avanzadas, obteniendo resultados completamente nuevos y una comprensión profunda de las necesidades del cliente. Este curso también incluye talleres prácticos para aplicar estos conocimientos en situaciones reales de mercado.

Este curso es una oportunidad excelente para:

- Comprender cómo la neurociencia puede contribuir al desarrollo de las estrategias de marketing de las empresas.
- Obtener una visión global de las herramientas de neuromarketing más importantes y sus principales aplicaciones al ámbito del marketing.
- Adquirir conocimientos sobre las últimas tendencias y avances en neuromarketing.
- Aprender sobre el posicionamiento exitoso de marcas con conocimientos neurocientíficos.
- Ofrecer una experiencia de cliente única y memorable basada en un conocimiento profundo del comportamiento del consumidor y las emociones.

Los destinatarios de este curso son

- Profesionales del marketing
- Directivos de empresas
- Estudiantes de las ramas de economía, empresa, marketing, comunicación, sociología, psicología.

Competencias del alumnado

a) El alumnado sabrá/comprenderá:

- Comprender cómo funcionan los procesos de toma de decisiones del consumidor desde una perspectiva neurocientífica.
- Entender las respuestas emocionales y cognitivas de los consumidores ante diferentes estímulos de marketing.
- Adentrarse en el conocimiento de técnicas avanzadas de diagnóstico como

Copyright© 2025 Universidad de Granada

fMRI, EEG, eye-tracking y análisis de expresiones faciales.
- Desarrollar habilidades para aumentar el éxito en ventas a través de una mejor comprensión y aplicación de los insights del neuromarketing.
- Aplicar los conocimientos adquiridos para mejorar las situaciones de proceso y consultoría dentro de las organizaciones.
- Ser capaz de innovar y aplicar nuevas tendencias y tecnologías en el campo del marketing.

Método de evaluación

Para superar el curso se tendrán en cuenta las siguiente cuestiones

- Asistencia
- Participación
- Elaboración de tarea

Cualificación personal o empleos a los que da acceso

Al completar este curso de verano sobre neuromarketing, el alumno estará cualificado para desempeñar una variedad de roles profesionales en el ámbito del marketing, tanto en empresas como en consultorías y agencias especializadas.

Idiomas utilizados

Español

Programa

Miércoles, 10 de julio de 2024

	NEURO: ¿QUÉ Y PARA QUÉ?
09:00-09:30	Inauguración oficial del curso Autoridades académicas y de la ciudad autónoma de Melilla y Directores del curso
09:30-10:45	Introducción a la Neurociencia (neurólogo). **Adolfo Mínguez Castellanos**. Jefe del Servicio de Neurología del Hospital Universitario Virgen de las Nieves de Granada
10:45-11:30	Descanso

Copyright© 2025 Universidad de Granada

11:30-12:45	Procesos Cognitivos y emocionales en la toma de decisiones (neurólogo/psicólogo) **Jesús Romero Imbroda**. Jefe del Servicio de Neurología del Hospital Quirón Salud de Marbella
12:45-14:00	De la neurociencia al neuromarketing **Enrique Bigné Alcañiz**. Catedrático de Marketing de la Universidad de Valencia
14:00-16:00	Comida
16:00-18:00	Investigación de mercados y neuromarketing en la empresa. **Neurologyca Technologies**

Jueves, 11 de julio de 2024

	CON QUÉ HERRAMIENTAS
09:30-10:45	Eye-tracking y seguimiento de la atención **Beatriz García Carrión**, Doctora en Neuromarketing por la Universidad de Granada
10:45-11:30	Descanso
11:30-12:45	Tecnologías de neuroimágenes (fMRI, EEG) **Juan Sánchez Fernández**. Catedrático de Marketing de la Universidad de Granada
12:45-14:00	Análisis de expresiones faciales. **José M. Ausin Azofra**, Doctor en Neuromarketing y socio fundador de Neurocatching
14:00-16:00	Comida
16:00-18:00	Taller de Aplicaciones **José Manuel Ausin Azofra**

Viernes, 12 de julio de 2024

	APLICANDO NEURO

Copyright© 2025 Universidad de Granada

09:30-10:45	Introducción a la Inteligencia de Marketing **Enrique Bigné Alcañiz**. Catedrático de Marketing de la Universidad de Valencia
10:45-11:30	Descanso
11:30-12:45	Diseño de campañas de marketing utilizando datos neurocientíficos **José Manuel Ausin Azofra**
12:45-14:00	Neurociencia aplicada a la eficacia publicitaria **Elena Martín Guerra**. Cofundadora y Directora de Operaciones de Sociograph
14:00-16:00	Comida
16:00-17:15	Mesa redonda sobre Ética y Responsabilidad en el uso de datos Neurocientíficos Modera: **Salvador del Barrio García**. Catedrático de Marketing de la Universidad de Granada
17:30-18:00	Cierre del curso **Enrique Bigné Alcañiz** y **Salvador del Barrio García**

ADJUNTO	TAMAÑO
Curso 'Cerebro y Consumo: Cómo aplicar la neurociencia a la inteligencia de marketing'	493.28 KB

Copyright© 2025 Universidad de Granada