

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Neuromarketing
Titulación	Grado de Marketing
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	3º
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español
Modalidad	Online
Semestre	1º
Curso académico	2022-2023
Docente coordinador	Isidro Sánchez Crespo

2. PRESENTACIÓN

La asignatura abordará las nuevas técnicas de investigación comercial desde la óptica más amplia posible, para explicar, entender y predecir el comportamiento de compra del consumidor, desde otras disciplinas como la neurología, la psicología, la sociología y la antropología, que ayudan a entender mejor el proceso de decisión del consumidor, como un individuo complejo y con necesidades y motivaciones únicas, que resultaban difíciles de entender con los tradicionales estudios cuantitativos y cualitativos.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

CB01: Conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Competencias Transversales:

CT4: Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.

Competencias Específicas:

CE01: Capacidad para entender la función del marketing y su contribución para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa, y su ubicación dentro de las funciones básicas de la empresa.

CE04: Capacidad para identificar y evaluar las necesidades de los consumidores, para poder diseñar procedimientos, crear productos y soluciones con los que canalizar la demanda hacia la oferta de las marcas.

CE25: Capacidad para aplicar las nuevas tendencias en la administración de empresas: gestión del conocimiento, gestión de la innovación, etc., que le permitan alcanzar un mayor desarrollo profesional y éxito empresarial.

CE26: Capacidad para aplicar las tecnologías adecuadas en cada actividad del marketing.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Habrá alcanzado una visión de la aplicación de la neurociencia al ámbito del marketing.
- RA2: Entenderá el proceso de decisión del cliente.
- RA3: Habrá planteado un proyecto de marketing utilizando técnicas de neurociencia, así como extraído conclusiones adecuadas.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CE1, CE26	RA1: Habrá alcanzado una visión de la aplicación de la neurociencia al ámbito del marketing.
CB1, CT04, CE04	RA2: Entenderá el proceso de decisión del cliente.
CB1, CT04, CE25, CE26	RA3: Habrá planteado un proyecto de marketing utilizando técnicas de neurociencia, así como extraído conclusiones adecuadas.

4. CONTENIDOS

- Fisiología del cerebro: El cerebro triuno
- La toma de decisiones: emocionalidad vs. racionalidad
- Técnicas de investigación con neurociencia
- Aplicaciones de la neurociencia a las variables del marketing mix: producto, precio, distribución y precio
- Implicaciones éticas

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

MODALIDAD PRESENCIAL

- Clases magistrales
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Aprendizaje Basado en proyectos
- Experiencias de campo (por medio de visitas a empresas, instituciones, etc.)

MODALIDAD A DISTANCIA

Aprendizaje cooperativo

- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Clases magistrales mediante seminario virtual
- Experiencias de campo (por medio de la visualización de videos, accesos virtuales a registros).

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	25 h
Lecciones magistrales asíncronas	10 h
Trabajo autónomo	40 h
Exposiciones orales	5 h
Actividades participativas grupales	25 h
Elaboración de informes y escritos	25 h
Pruebas de conocimiento	5 h
Realización de trabajos/proyectos	15 h
TOTAL	150 h

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	20 h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	35 h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	30 h
Actividades de aplicación colaborativas...	20 h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales	5 h
Trabajo autónomo	40 h
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
-----------------------	------

Pruebas de conocimientos	40%
Trabajos, individuales (casos, resolución de problemas, ejercicios, etc.)	30%
Trabajos en grupo (proyectos, informes, casos, etc.)	20%
Participación activa en actividades (clase, foros, asistencia a eventos...)	10%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimientos	40%
Trabajos, individuales (casos, resolución de problemas, ejercicios, etc.)	30%
Trabajos en grupo (proyectos, informes, casos, etc.)	20%
Participación activa en actividades (clase, foros, asistencia a eventos...)	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
------------------------	-------

Actividad 1	Semana 3-4
Actividad 2	Semana 6-7
Actividad 3	Semana 10-11
Actividad 4	Semana 13-14
Prueba de conocimiento	Semana 16

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

Kahneman, D. (2013). Pensar rápido, pensar despacio. Debolsillo.

Dooley, R. (2015). Brainfluence. Empresa Activa.

Sutil, L. y colaboradores (2013): Neurociencia, empresa y marketing. Madrid: ESIC.

Tresguerres y colaboradores (2005): Fisiología humana. Madrid: McGraw Hill. 3ª edición.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.