



Secretaría General

## Un nuevo máster propio de neuromarketing aplicado amplía la oferta de postgrado de la Universidad de Granada

23/09/2015

**- Con un programa innovador y especialmente orientado a su aplicación práctica en empresas**

En la primera semana de noviembre de 2015 la **Universidad de Granada** inicia la formación especializada de postgrado en Neuromarketing Aplicado con un programa innovador y especialmente orientado a su aplicación práctica en empresas, desde el sector de la investigación de mercados hasta el sector del retail.

Con esta nueva oferta formativa se podrá acceder a una serie de conocimientos transversales con los que alcanzar un concepto del marketing más amplio que el convencional al observar los avances que la neurociencia ha aportado para entender la toma de decisiones por parte de los clientes, de forma individual.

Abordar un proyecto de neuromarketing implica no sólo establecer un procedimiento de investigación siguiendo los protocolos científicos establecidos para garantizar la objetividad y precisión de los resultados obtenidos, sino que debe contemplar una serie de principios deontológicos que avalen la seriedad e implicación ética de los procedimientos, hipótesis y metodología usada. Ello viene a fortalecer la actuación interdisciplinar entre la neurociencia y el marketing para aportar resultados fiables y útiles para la empresa, que la ayuden a ser más eficiente en el retorno de la inversión realizada, y para ofrecer un nuevo escenario en el que los consumidores puedan conocer, a través de los canales de difusión establecidos, las nuevas reglas de juego y estar advertidos de cómo puede intervenir la comunicación y promoción de un producto o servicio sobre su toma de decisiones.

El neuromarketing, al igual que el marketing convencional, tiene la responsabilidad

<http://secretariageneral.ugr.es/>



en el siglo XXI de crear nuevos marcos de relación entre empresas y consumidores, en el que ambos obtengan un beneficio mutuo a corto y medio plazo mediante una implicación más emocional que instrumental entre cliente y marca. Para ello, la neurociencia puede aportar las claves para que se puedan establecer esos vínculos superando barreras como la aversión al riesgo, el miedo a lo innovador y el sentimiento de inseguridad ante nuevos entornos digitales.

Por ello el temario abarca la visión del marketing como estrategia empresarial: más allá de una disciplina o un área específica de la empresa se verá como un sistema que permite la relación directa y eficiente de ésta con el mercado; el conocimiento de cómo funciona nuestro cerebro frente a los estímulos que se le ofrecen y cómo se desencadenan las respuestas emocionales y racionales que conducen a resolver problemas o adoptar decisiones económicas. Igualmente, serán tratados temas deontológicos, históricos y de innovación práctica relativos a los diferentes ámbitos de la empresa, como el liderazgo, el management o el coaching.

Un programa ambicioso, que cuenta con la intervención de destacados docentes de la [Universidad de Granada](http://www.ugr.es) provenientes de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, Psicología y Medicina, especialistas que han realizado y realizan proyectos de investigación relacionados con el contenido del máster. Y también con la participación de profesionales que lideran empresas del sector como es el caso de Be-Up, BitBrain, Braidot Business & Neurosense, Emotion Research Lab, Inside Brain, Momo Pocket EDE, Nyuron o Sinaia, para aportar la visión actual de una disciplina en permanente actualización y desde la perspectiva de la aplicación a proyectos reales.

De esta manera, el alumnado podrá entender el papel del marketing como estrategia empresarial para asumir la responsabilidad de dictar la visión y los objetivos de ésta sobre el conocimiento del cliente y sus procesos de toma de decisiones y la base inconsciente que sustenta los procesos de fidelización.

El plazo de matrícula está abierto hasta la primera semana de noviembre y puede financiarse gracias a un convenio con Caja Rural de Granada en unas condiciones preferentes. Igualmente, cuenta con un sistema de becas propio donde el 13% del total del presupuesto se distribuirá de acuerdo a los criterios establecidos según la normativa de la [Universidad de Granada](http://www.ugr.es).

El máster cuenta con una carga lectiva de créditos ECTS en un programa que se extenderá hasta junio de 2016, durante 1500 horas teóricas y prácticas. También se ofrecerá la opción de realizar prácticas en empresas colaboradoras donde los alumnos podrán emplear los contenidos obtenidos durante el máster.

Uno de los alicientes diferenciales que aporta este máster es el acuerdo alcanzado entre la Fundación **Universidad de Granada**-Empresa y la Fundación Covirán, mediante el cual esta empresa acogerá parte del programa de formación en sus innovadoras aulas, dando la opción de realizar clases prácticas sobre la aplicación al retail en su centro i+D+I. De esta forma, el máster completa el propósito de formalizar una enseñanza holística de una de las disciplinas que más interés despierta en los sectores empresariales.

**Más información en:** <http://masterugr-neuromarketing.es>

**Descarga del programa completo:**

[/bougr96/\\_doc/ncg965](/bougr96/_doc/ncg965)

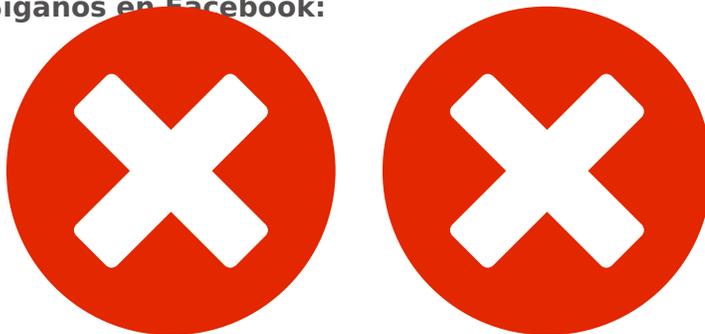


MPNA

**Información e Inscripción:**

Área de Formación y Empleo Fundación General **Universidad de Granada** - Empresa  
Centro de Transferencia Tecnológica Gran Vía de Colón, 48. Planta 1ª 18071 -  
Granada Telf. +34 958 248379 Fax: 958 240995 Correo elec:  
[posgrados@fundacionugrempresa.es](mailto:posgrados@fundacionugrempresa.es) @Fundacion\_UGR [facebook.com/Fundacion.UGR](https://www.facebook.com/Fundacion.UGR.Empresa)  
.Empresa

**Síguenos en Facebook:**



<http://secretariageneral.ugr.es/>

## Síguenos en Twitter:



- LINK: PROPUESTA DE ACTIVIDADES CANAL UGR -> <http://canal.ugr.es/prensa-y-comunicacion/item/54050>
- [CANALUGR: RECURSOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN](#)
- [PUBLICITE SU CONGRESO UGR](#)
- [VER MÁS NOTICIAS DE LA UGR](#)
- [BUSCAR OTRAS NOTICIAS E INFORMACIONES DE LA UGR PUBLICADAS Y/O RECOGIDAS POR EL GABINETE DE COMUNICACIÓN](#)
- [RESUMEN DE MEDIOS IMPRESOS DE LA UGR](#)
- [RESUMEN DE MEDIOS DIGITALES DE LA UGR](#)
- [RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LAS LISTAS DE DISTRIBUCIÓN DE LA UGR](#)
- LINK: Perfiles oficiales institucionales de la UGR en las redes sociales virtuales Tuenti, Facebook, Twitter y YouTube -> [/tablon/\\*/boletines-canal-ugr/formulario-de-propuesta-de-actividades](/tablon/*/boletines-canal-ugr/formulario-de-propuesta-de-actividades)

### **Gabinete de Comunicación - Secretaría General**

#### **UNIVERSIDAD DE GRANADA**

Acera de San Ildefonso, s/n. 18071. Granada (España)

Tel. 958 243063- 958 240970 - 958 244278

Correo e. LINK: --LOGIN--61dab3f5145154c15507d4098f0f1b4eugr[dot]es -> --

LOGIN--61dab3f5145154c15507d4098f0f1b4eugr%5Bdot%5Des

Web: <http://canal.ugr.es> Facebook [UGR Informa](#):

<https://www.facebook.com/UGRinforma>

Facebook [UGR Divulga](#): <https://www.facebook.com/UGRdivulga>

Twitter [UGR Divulga](#): <https://twitter.com/UGRdivulga?>

<http://secretariageneral.ugr.es/>