

## MATRICULACIÓN:

La matrícula se realizará preferentemente a través de la página WEB del Centro Mediterráneo <http://cemed.ugr.es>

En caso de dificultad con la matriculación, contactar con el Centro Mediterráneo a través del correo electrónico: [cemed@ugr.es](mailto:cemed@ugr.es)

Del 10 al 12 de julio de 2024



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA



CENTRO  
MEDITERRÁNEO

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

Código del curso: **24ML02**

Precio: **Gratis**

### Coorganiza:

Vicerrectorado para los campus de Ceuta y Melilla, Planificación Estratégica y Comunicación

### Cofinancia



CIUDAD AUTÓNOMA  
DE MELILLA

### Desplazamiento y alojamiento

La Ciudad Autónoma de Melilla ofrece una bonificación de desplazamiento y alojamiento para la realización del curso:  
<https://bonosmelilla.es>

**Centro Mediterráneo**  
Vicerrectorado de Posgrado y Formación Permanente

Avenida de Madrid 13, 18012, Granada

Tfno. 958 24 29 20 / Email: [cemed@ugr.es](mailto:cemed@ugr.es)

@CemedUGR    
[cemed.ugr.es](http://cemed.ugr.es)

Lugar de realización:

**Sala de Conferencias de la Consejería de Cultura Melilla**

Dirección:

**Salvador del Barrio García**  
Catedrático de Marketing  
Universidad de Granada

**José Enrique Bigné Alcañiz**  
Catedrático de Marketing  
Universidad de Valencia

20 horas  
presenciales\*

### Información básica sobre protección de sus datos personales aportados:

**Responsable:** Universidad de Granada

**Legitimación:** La Universidad de Granada se encuentra legitimada para el tratamiento de sus datos en base a lo estipulado en:

Art. 6.1.e) RGPD: el tratamiento es necesario para el cumplimiento de una misión realizada en interés público o en el ejercicio de los poderes públicos conferidos al responsable del mismo (la difusión del conocimiento y la cultura a través de la extensión universitaria y la formación a lo largo de toda la vida) Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones

**Finalidad:** La finalidad del tratamiento es gestionar las actividades culturales de la Universidad de Granada. Los usos que se dan a los datos personales son:

Organización de talleres, conferencias, y actividades culturales en general. etc.

Gestión de ayudas para el fomento de realización de actividades culturales.

**Destinatarios:** No se prevén.

**Derechos:** Tiene derecho a solicitar el acceso, oposición, rectificación, supresión o limitación del tratamiento de sus datos, tal y como se explica en la información adicional.

**Información adicional:** Puede consultar la información adicional y detallada sobre protección de datos en el siguiente enlace:

[https://secretariageneral.ugr.es/pages/proteccion\\_datos/leyendas-informativas/\\_img/informacionadicional](https://secretariageneral.ugr.es/pages/proteccion_datos/leyendas-informativas/_img/informacionadicional)

\*Este curso podrá ser reconocido por créditos ECTS Opativos

\*\*Se recomienda revisar la web del Cemed para obtener información adicional y estar al tanto de posibles actualizaciones

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

## Programa

**Miércoles, 10 de Julio de 2024**

### NEURO: QUÉ Y PARA QUÉ

- 09:00-9:30 **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
- 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
- 14:00-16:00 Comida
- 16:00-18:00 **Investigación de mercados y neuromarketing en la empresa**  
Rafael Curras Pérez. Profesor Titular de la Universidad de Valencia

**Jueves, 11 Julio de 2024**

### CON QUÉ HERRAMIENTAS

- 9:30-10:45 **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 M. Ausin Azofra. Doctor en Neuromarketing y socio fundador de Neurocatching.

**Viernes, 12 de Julio de 2024**

### APLICACIONES Y ÉTICA

- 9:30-10.45 **Ética y neurociencia del consumidor**  
José M. Muñoz. Postdoctoral Fellow en Universidad de California, Berkeley
- 10:45-11:30 Descanso
- 11:30-12:45 **Introducción a la Inteligencia de Marketing**  
Enrique Bigné Alcañiz
- 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 **Diseño de campañas de marketing utilizando datos neurocientíficos**  
José M. Ausin Azofra
- 17.10-18.00 **Cierre del curso**  
Enrique Bigné Alcañiz y Salvador del Barrio García

