

## Neuromarketing y experiencia de usuario (UX) Cód. C25

**DIRECCIÓN:**

M<sup>a</sup> Francisca Blasco López.

**ÁREA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:**

Ciencias Sociales.

**HORARIO DEL CURSO:**

Mañanas de 9:00 a 14:00 horas, de lunes a viernes.

**NÚMERO DE ALUMNOS:**

20.

**PERFIL DEL ALUMNADO:**

Personas interesadas en la Neurociencia, la Ciencia del Comportamiento, y la Experiencia de Usuarios de cualquier área de conocimiento.

**OBJETIVOS:**

- Introducir a los estudiantes en el mundo de la utilización de las técnicas de neurociencia al estudio del Marketing y de la Experiencia de Usuario. El consumidor ya no compra productos ni servicios, compra experiencias, tanto virtuales como presenciales, por lo que es imprescindible conocer cuáles son las percepciones, preferencias, actitudes y satisfacción con las experiencias que se les ofertan. Trabajamos tanto con entornos de venta virtuales como tradicionales, por lo que el curso trata las últimas tecnologías en este área de conocimiento.

**PROGRAMA:**

- Neuromarketing. Fundamentos, orígenes y ejemplos.
- Introducción, metodología y tecnologías de UX.
- Enfoque Neuro- Cualitativo 1 y 2.
- La Inteligencia Artificial en neuromarketing: Kopernica, visión artificial y lenguaje natural.
- Laboratorio de Neuromarketing: Eye Tracking, GSR y EEG.
- Planteamiento y diseño del proyecto de curso.
- Neuromarketing aplicado al UX.

- Técnicas de Neuroimagen. MEG.
- Nuevas tecnologías y UX Map.
- Análisis y métricas del usuario digital.
- Nuevas tendencias del Neuromarketing.
- El futuro de la Experiencia de Usuario y del Neuromarketing. Metaverso y realidad virtual.

**ACTIVIDADES PRÁCTICAS:**

- Talleres en el laboratorio de neuromarketing.
- Realización de un proyecto de User Experience durante el curso.

**PROFESORADO:**

- M<sup>a</sup> Francisca Blasco López, UCM.
- José Martínez,
- Yamina Pérez,
- Sulaiman Krayem, Profesional.
- Alexia de la Morena,
- Raquel Frutos,
- Fernando Maestú Unturbe, UCM.
- Juan Graña,