

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Bases teóricas del neuromarketing. Comportamiento del consumidor 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Ha llegado el neuromarketing: una nueva disciplina 1.3. El funcionamiento del cerebro de los consumidores 1.4. Cómo interpreta nuestro cerebro la realidad 1.5. La facilidad cognitiva y las «ilusiones»	Huella UNIR (2,9 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 1. Bases teóricas del neuromarketing. Comportamiento del consumidor (continuación) 1.6. Los sistemas de decisión de Daniel Kahneman 1.7. Necesidades de los consumidores 1.8. Neuroproceso de decisión de compra 1.9. Referencias bibliográficas	Test Tema 1 (0,1 punto)	Clase del Tema 1 (continuación)
Semana 3	Tema 2. La importancia del marketing como estrategia. El plan de marketing 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Análisis DAFO: orientación desde las Neurociencias 2.3. El marketing estratégico. Contexto del plan de neuromarketing 2.4. El plan de neuromarketing 2.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0,1 punto)	Clase del tema 2
Semana 4	Tema 3. Conceptos fundamentales del marketing vistos desde las neurociencias 3.1 ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. El producto: ¿una construcción cerebral? 3.3. La marca en la mente del consumidor 3.4. Estrategias de marca		Clase del Tema 3
Semana 5	Tema 3. Conceptos fundamentales del marketing vistos desde las neurociencias (continuación) 3.5. El packagingy la estrategia de producto 3.6. La percepción del precio 3.7. Estrategias de precio	Entrega Actividad 1 (3 puntos)	Clase del Tema 3 (continuación)

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	Tema 3. Conceptos fundamentales del marketing vistos desde las neurociencias (continuación) 3.8. La neurocomunicación 3.9. Las neuronas espejo 3.10. La publicidad subliminal 3.11. Las neurociencias en el punto de venta 3.12. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0,1 punto)	Clase del Tema 3 (continuación)
Semana 7	Tema 4. Economía experimental y del comportamiento: Neuroresearch I 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 ¿Qué es la investigación de mercados? Nueva orientación y nuevos ámbitos 4.3. «Bias» de la investigación de mercados tradicional 4.4. Diseño de un plan de investigación	Entrega Actividad 2 (3 puntos)	Clase de Resolución de la Actividad 1 Clase del Tema 4
Semana 8	Tema 4. Economía experimental y del comportamiento: Neuroresearch I (Continuación) 4.5. Metodologías de recogida de datos 4.6. Instrumentos de recolección de datos: el cuestionario y la guía de entrevista 4.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 4 (0,1 punto)	Clase del Tema 4 (continuación)
Semana 9	Tema 5. Economía experimental y del comportamiento: Neuroresearch II 5.1. ¿Cómo estudiar este tema?5.2. Diseño muestral5.3. Herramientas neurocientíficas. Diseño de indicadores y aplicaciones prácticas. 5.4. Experimentos de laboratorio y experimentos de campo.5.5. Referencias bibliográficas	Actividad grupal Lectura individual Test Tema 5 (0,1 punto)	Clase de Resolución de la Actividad 2 Clase del Tema 5
Semana 10		Actividad grupal Aula de discusión	Presentación de la Actividad Grupal
Semana 11	Tema 6. Neuroeconomía: mecanismos cerebrales de la toma de decisiones económicas 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Certeza, riesgo e incertidumbre 6.3. Sistemas de recompensa y de aversión a la pérdida. Teoría de las perspectivas		Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 6

CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 12	Entrega de Actividad Grupal (5,4 puntos)	Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 13 Tema 6. Neuroeconomía: mecanismos cerebrales de la toma de decisiones económicas (continuación) 6.4. Comportamiento gregario y efecto manada 6.5. Euforia y pánico en los ciclos económicos 6.6. Neuronegociación 6.7. Mercados y subastas 6.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 6 (0,1 punto)	Clase del Tema 6 (continuación)
Semana 14 Tema 7. Estrategias empresariales desde las neurociencias 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Un nuevo enfoque a las estrategias clásicas empresariales 7.3. Estrategias genéricas competitivas 7.4. Referencias bibliográficas	Test Tema 7 (0,1 punto)	Clase del Tema 7
Semana 15 Clase de Repaso		
Semana 16 Semana de exámenes		

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.