



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
CFP Centro de Formación
Permanente
Vicerrectorado de Ordenación Académica

Curso de Experto

2019-2020

■ Neurocomunicación (1 edición)



Información

Teléfono: 622 53 99 55
Email: agmorales@us.es



www.cfp.us.es

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Datos básicos

Número de créditos: 15,00 ECTS

Preinscripción: A partir del 11/07/2019

Matrícula: A partir del 01/10/2019

Impartición: Del 11/11/2019 al 20/05/2020

Precio (euros): 1.470,00 (tasas incluidas)

Modalidad: Semipresencial

Plataforma virtual: Plataforma Virtual US

Horario y fechas de las clases presenciales:

- 11, 12 y 13 de Noviembre 2019
- 9, 10, 11 y 12 de Diciembre 2019
- 13, 14, 15 y 16 de Enero 2020
- 10, 11, 12 y 13 de Febrero 2020
- 20 de Mayo 2020: Defensa Trabajo Fin de Experto
- Horario: 16:30 - 20:30

Procedimientos de Evaluación: Asistencia, Pruebas, Trabajos, Trabajo fin de Experto

Dirección

Unidad Organizadora:

Departamento de Periodismo II

Directora de los estudios:

D^a Hada Sánchez Gonzales

Objetivos

El Curso de Experto en Neurocomunicación de la Universidad de Sevilla ofrece con rigor científico la formación más adecuada para el acceso a una gran cantidad de posibilidades profesionales emergentes que requieren un perfil especializado en Neurocomunicación (neuromarketing) con un prometedor futuro profesional a lo que se une la escasez de profesionales adecuadamente formados.

Es destacable la necesidad de este perfil de manera general en empresas y departamentos de comunicación, empresas y departamentos de marketing, empresas y departamentos de investigación de mercados, agencias de publicidad, laboratorios de neurocomunicación y neuromarketing, así como en universidades, escuelas de negocios, etc.

El Curso de Experto en Neurocomunicación impartido en la Universidad de Sevilla está dirigido y coordinado de manera conjunta por la Universidad de Sevilla y la Asociación Española de Neuromarketing y Neurocomunicación, ofreciendo por tanto, la máxima garantía y reconocimiento formativo y profesional para sus egresados, lo que se traducirá en su diferenciación dentro del mercado laboral.

Los objetivos fundamentales que se persiguen son:

- Que los egresados conozcan con rigor científico:
- Las fórmulas de comunicación en sus diversos soportes, incidiendo en el ecosistema digital.
- Las nuevas técnicas de evaluación de la comunicación (periodística, publicitaria, propagandística, branding, imagen corporativa, etc.) mediante la neurocomunicación, ya que el cerebro y las reacciones del sistema nervioso periférico proporcionan información objetiva sobre la percepción de las piezas de comunicación que diseñemos. Desde la perspectiva de un responsable o profesional de la comunicación.
- Los principios básicos de las neurociencias en los que se sustenta la neurocomunicación.
- Las herramientas usadas en neurocomunicación.
- Las aplicaciones de neurocomunicación en la toma de decisiones.
- Los límites reales de la neurocomunicación en la actualidad.
- Las ventajas de la neurocomunicación.
- La selección de laboratorios y la empleabilidad en ellos.
- Aportes al emprendimiento y al éxito de las decisiones de comunicación.
- Concienciar a los egresados de las oportunidades de desarrollo profesional que ofrece la neurocomunicación.

Comisión Académica

D. Antonio González Morales. Universidad de Sevilla - Organización Industrial y Gestión de Empresas I

D^a. Hada Sánchez Gonzales. Universidad de Sevilla - Periodismo II

D. José Manuel Gómez y Méndez. Universidad de Sevilla - Periodismo II

Profesorado

D. Antonio Arjona Valladares. Univ. de Valladolid- Departamento de psiquiatría

D. Carlos María Gómez González. Univ. de Sevilla - Psicología Experimental

D. Antonio González Morales. Universidad de Sevilla - Organización Industrial y Gestión de Empresas I

D. Xaquín González Veira. - The Guardian

D^a. Annabel Jiménez Soto. Universidad de Sevilla - Psicología Experimental

D. Francisco Muñoz Leiva. Universidad de Granada- Comercialización e Investigación de Mercados

D. Eugenio Antonio Pérez Córdoba. Univ. de Sevilla - Psicología Experimental

D^a. Elena Isabel Rodríguez Martínez. Univ. Loyola- Departamento de psicología

D^a. Hada Sánchez Gonzales. Universidad de Sevilla - Periodismo II

Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. La comunicación

Número de créditos: 3,00 ECTS

Contenido: **Tema 1.** Infografía y visualización de la información. **Tema 2.** Los medios audiovisuales y el impacto social de la comunicación. **Tema 3.** Periodismo transmedia. **Tema 4.** Información digital y los social media. **Tema 5.** La comunicación y el ecosistema móvil.

Fechas de inicio-fin: 11/11/2019 - 13/11/2019

Módulo/Asignatura 2. Neurociencia para la Neurocomunicación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: **Tema 1.** El cerebro y el sistema nervioso en la comunicación. **Tema 2.** Los sentidos y la percepción en la comunicación. **Tema 3.** La Motivación, las neuronas espejo, la empatía, las emociones y la cognición social en la comunicación. **Tema 4.** Atención, aprendizaje, memoria, toma de decisiones y la conciencia en la comunicación.

Fechas de inicio-fin: 09/12/2019 - 12/12/2019

Módulo/Asignatura 3. Tecnologías para la Neurocomunicación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: **Tema 1.** Determinación de la dirección de la mirada en la comunicación. Mapeado de la mirada. **Tema 2.** El estudio de la eficacia de la comunicación mediante Neuroimagen. La Electroencefalografía. **Tema 3.** El estudio de la eficacia de la comunicación mediante el estudio del sistema nervioso periférico. **Tema 4.** Otras tecnologías aplicadas a la comunicación.

Fechas de inicio-fin: 13/01/2020 - 16/01/2020

Módulo/Asignatura 4. Aplicaciones de Neurocomunicación

Número de créditos: 4,00 ECTS

Contenido: **Tema 1.** Mapeado de la mirada en la Neurocomunicación. Herramientas. **Tema 2.** La atención, la memorización y la emoción en la evaluación de la eficacia de la comunicación. Herramientas. **Tema 3.** Innovación en las aplicaciones de la neurocomunicación.

Fechas de inicio-fin: 10/02/2020 - 12/02/2020

