

UNIVERSIDAD
BOLIVARIANA
DEL ECUADOR

UBE



**La Universidad
para todos**



Maestría en Neuromarketing

RPC-SO-49-No.830-2023

Duración: 2 períodos

Modalidad: Online

DESCRIPCIÓN DE LA **MAESTRÍA**

La maestría en Neuromarketing está dirigida a formar profesionales altamente capacitados en el campo del Neuromarketing, dotándolos de conocimientos, técnicas y herramientas esenciales de la neurociencia para la elaboración de estrategias comerciales.





OBJETIVO

Formar profesionales altamente capacitados en el campo del Neuromarketing, dotándolos de conocimientos, técnicas y herramientas esenciales de la neurociencia para la elaboración de estrategias comerciales; proporcionando sólidas habilidades de gestión que les permitirán identificar, aprovechar y desarrollar oportunidades en el ámbito empresarial para afrontar los desafíos presentes en los mercados de consumo, industriales y sin fines de lucro y promoviendo el desarrollo de competencias analíticas e investigativas, así como el fomento de la innovación y el emprendimiento, con el propósito de abordar de manera ética, efectiva y relevante las necesidades a nivel local, regional, nacional e internacional.

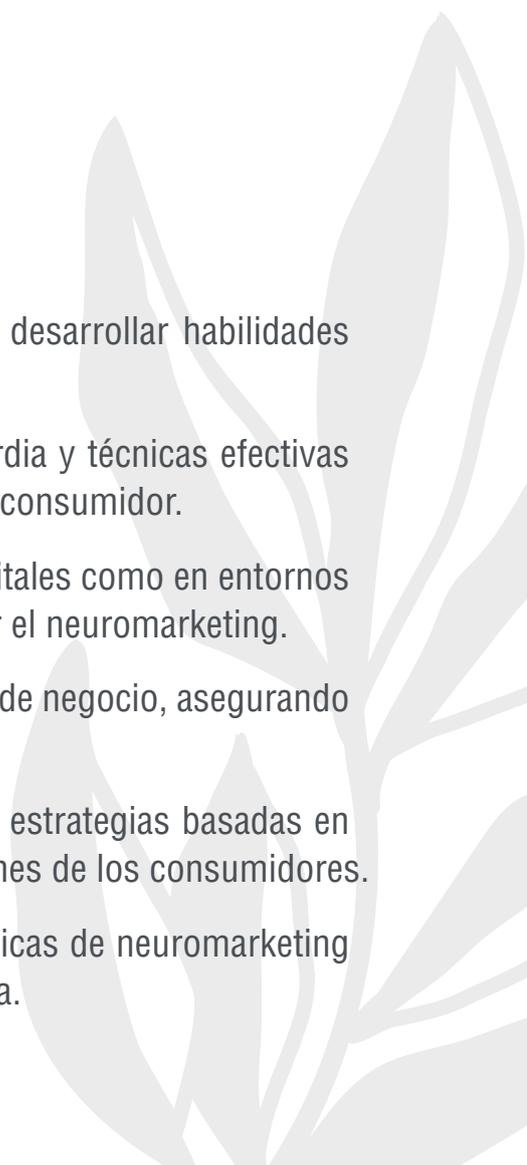
PERFIL DE

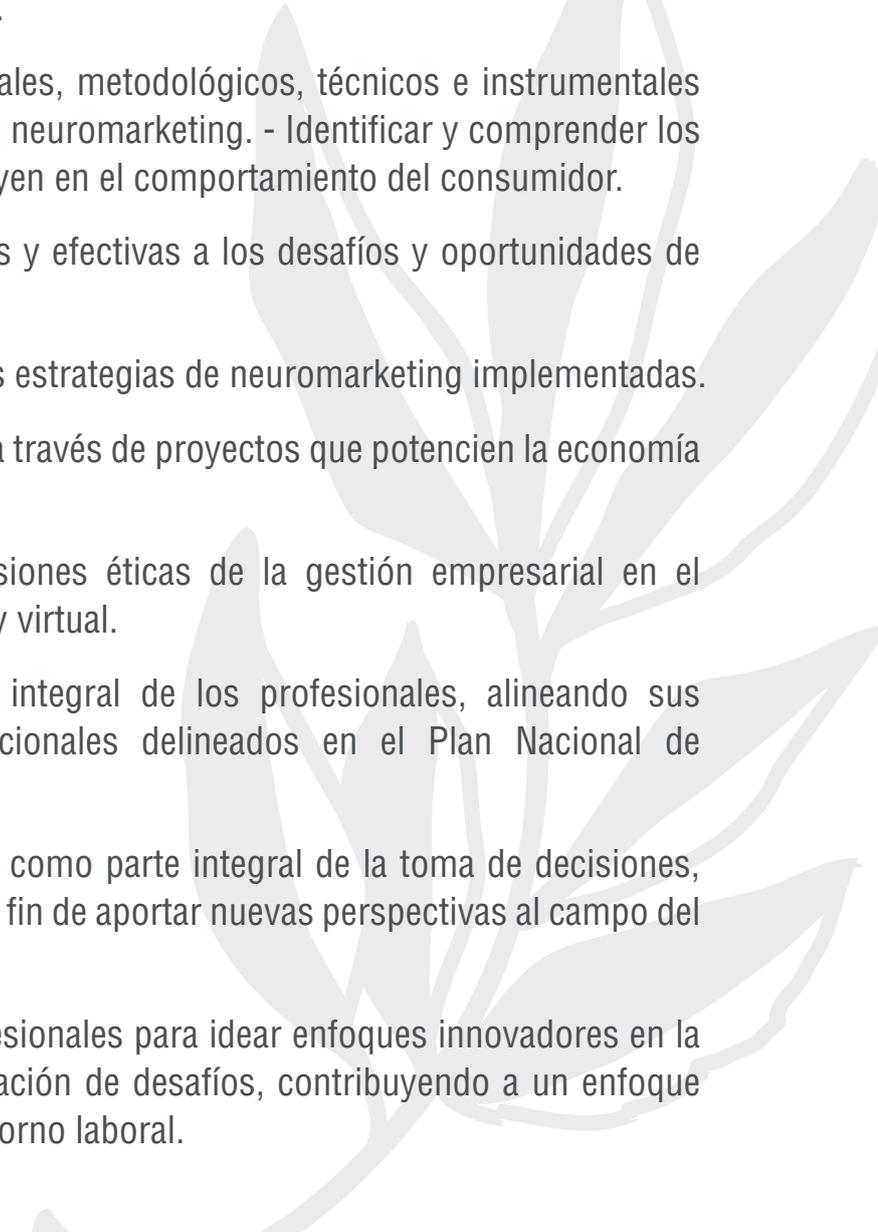
INGRESO

- Poseer título de tercer nivel de grado en el campo detallado de Marketing y publicidad, debidamente registrado por el órgano rector de la política pública de educación superior y cumplir con el proceso de admisión establecido en el programa.
- En el caso de que el título de tercer nivel de grado sea obtenido en el exterior, el estudiante para inscribirse en el programa deberá presentarlo debidamente apostillado o legalizado por vía consular.
- A su vez, el programa considerará profesionales con título de tercer nivel de grado, de otros campos del saber con experiencia demostrada en el ámbito de Administración de empresas, campo específico en educación comercial y administración. La experiencia deberá ser de mínimo 3 años.

PERFIL DE

EGRESO

- Adquirir un profundo conocimiento en neuromarketing y desarrollar habilidades especializadas en este campo.
 - Aplicar metodologías avanzadas, herramientas de vanguardia y técnicas efectivas de neuromarketing para comprender el comportamiento del consumidor.
 - Identificar oportunidades de negocio tanto en entornos digitales como en entornos tradicionales, utilizando las perspectivas proporcionadas por el neuromarketing.
 - Analizar y explotar de manera efectiva estas oportunidades de negocio, asegurando un enfoque estratégico y una ejecución precisa.
 - Generar y mantener la demanda en el mercado, utilizando estrategias basadas en principios neurocientíficos para influir en la toma de decisiones de los consumidores.
 - Mejorar la reputación de la marca mediante el uso de técnicas de neuromarketing que generen una experiencia de marca memorable y atractiva.
- 

- Fortalecer la posición en el mercado, compitiendo de manera efectiva y diferenciándose de la competencia.
 - Fidelizar a los clientes, utilizando estrategias que generen lealtad a largo plazo y retención de clientes.
 - Medir y evaluar de manera continua el éxito de las estrategias de neuromarketing, ajustándolas según sea necesario para lograr resultados óptimos.
 - Desarrollar investigaciones científicas-profesionalizantes en el ámbito del objeto de estudio, desde el neuromarketing generando conocimiento para la mejora del rendimiento de las estrategias de marketing.
 - Fundamentar proyectos y modelos en el ámbito del neuromarketing, de manera que contribuyan al perfeccionamiento de las estrategias efectivas de marketing en diversos mercados, incluyendo los virtuales y convencionales.
 - Asesorar a los sectores públicos, privados y comunitarios en el desarrollo y gestión relacionados con marcas, productos, precios, comunicación, ventas minoristas, adquisición y fidelización de clientes.
 - Aplicar los fundamentos conceptuales, metodológicos, técnicos e instrumentales de la investigación en el contexto del neuromarketing. - Identificar y comprender los aspectos culturales locales que influyen en el comportamiento del consumidor.
 - Desarrollar respuestas innovadoras y efectivas a los desafíos y oportunidades de los entornos digital y convencional.
 - Medir el impacto y la eficacia de las estrategias de neuromarketing implementadas.
 - Contribuir a la creación de empleo a través de proyectos que potencien la economía local.
 - Comprender y aplicar las dimensiones éticas de la gestión empresarial en el contexto del neuromarketing digital y virtual.
 - Fortalecer el desarrollo humano integral de los profesionales, alineando sus capacidades con los objetivos nacionales delineados en el Plan Nacional de Desarrollo.
 - Promover el pensamiento creativo como parte integral de la toma de decisiones, basado en el análisis de datos, con el fin de aportar nuevas perspectivas al campo del neuromarketing.
 - Fomentar la capacidad de los profesionales para idear enfoques innovadores en la resolución de problemas y la superación de desafíos, contribuyendo a un enfoque fresco y poco convencional en el entorno laboral.
- 

PÉNSUM ACADÉMICO

ASIGNATURAS

TIEMPO DE DURACIÓN

PERÍODO 1

- Fundamentos de la investigación en Marketing
- Neurociencia Aplicada al Marketing
- Comportamiento del Consumidor
- Dentología Profesional
- Métodos y Técnicas de Medición en Neuromarketing
- Taller de Investigación I

96 Horas

96 Horas

96 Horas

96 Horas

144 Horas

192 Horas

720 Horas

PERÍODO 2

- Analítica Web
- Marketing Experiencial
- Marketing Sensorial
- Neuroeconomía
- Neuromarketing Estratégico
- Taller de Sistematización de Trabajo de Titulación

96 Horas

96 Horas

96 Horas

96 Horas

144 Horas

192 Horas

720 Horas

TOTAL

1440 Horas (1 año)

PERFIL DE DOCENTES



MSc. GERMÁN ZAMBRANO



Docente investigador acreditado por la Senescyt. Doctorante en marketing en la Universitat de Valencia, España. Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing, Licenciado en Mercadotecnia y Publicidad. Docente en pregrado y postgrado en Administración de Empresas y director de proyectos de vinculación con la sociedad de la Facultad de Administración de Empresas, UBE.



MSc. ESTEBAN CASTILLO



Especialista en Neuromarketing, GenAI CoPilot, Catedrático y Design Thinker.

Integrador de soluciones IA, apasionado por el diseño y la creatividad, liderando el cambio en las personas y negocios, educando y empoderando con empatía e innovación.



MSc. GONZALO PISCO



Grado académico en Comunicación y Publicidad, Maestría en Periodismo y experticia en líneas de investigación relacionadas con semiótica, marcas e identidad. Ejercicio en docencia superior en áreas de comunicación digital, publicidad, mercadeo y afines. Ejercicio profesional en asesorías en estrategias de comunicación, desarrollo de campañas publicitarias. Publicaciones y ponencias científicas a nivel nacional e internacional. Miembro activo en redes de investigación de la Comunicación, Miembro fundador de la Red Iberoamericana de Investigación en Comunicación, Política y Sociedad. Docente de las Maestrías en Comunicación Digital de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y de la Maestría en Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



MSc. DAVID MORÁN GONZÁLEZ



MBA por la Universidad Espíritu Santo, Magíster en Gestión de Proyectos y Diplomado Superior en Educación Universitaria por competencia. Experiencia profesional de 10 años en el sector privado en áreas administrativas, finanzas, ventas, producción y logística.



PhD. JUAN PABLO TRÁMPUZ



Profesor de grado y postgrado en Comunicación, Periodismo e Investigación. Docente titular agregado en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - ULEAM, donde actualmente se desempeña como director de la carrera de Comunicación, perteneciente a la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar. Es Doctor en Educación y Comunicación en la Universidad de Málaga, España, donde defendió su tesis doctoral con Cum Laude. Ha publicado más de una veintena de artículos y capítulos de libros sobre comunicación, sociedad, medios y formación, e impartido ponencias en universidades de España, México y Ecuador. Evaluador externo de tesis doctorales en la Universidad de Málaga; revisor en revistas ecuatorianas como Ciencias Pedagógicas e Innovación y Tsafiqui; internacionales como Comunicación y Humanismo (Scopus) y Miguel Hernández Communication Journal. Miembro del Comité Científico en 4th Workshop on Media, Applied Technology and Communication, The 2021 International Conference on Information Technology & Systems, y del I Congreso Internacional Comunicación, medios audiovisuales y análisis en España y LATAM. Profesional (IDEPRO) de la Cámara de Comercio de Guayaquil.



PhD. GUSTAVO GALLO



Doctor en Ciencias Económicas con mención Ciencias Empresariales por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina; Máster en Neuromarketing por la Universidad Internacional de La Rioja, España; MBA por el IDE Business School, Ecuador. Magíster en Planificación y Dirección Estratégica por la Escuela Politécnica del Ejército, Ecuador; Ingeniero Comercial, especialización en Marketing y Ventas por la Universidad del Pacífico, Ecuador.

Profesor universitario de Marketing. Docencia con perspectiva empresarial, enfocada a la estrategia, apoyando a los estudiantes, a los emprendedores y a las organizaciones a mejorar su competitividad a través de la investigación y la orientación al mercado; la comprensión profunda del comportamiento del consumidor; y la adecuada construcción y posicionamiento de sus marcas a través del marketing, la economía del comportamiento, la neurociencia y la psicología aplicada al comportamiento del consumidor.



MSc. ÁNGEL INFANTE



Mgr. en Mercadotecnia con mención en Mercadotecnia Digital. Ing. en Publicidad. Con experiencia en el área de Marketing Digital desde el 2015, a nivel de agencias, asesorías y consultorías en proyectos digitales que contemplan la parte estratégica y analítica donde se integran campañas a nivel de generación de clientes, branding de marca, automatizaciones y analítica de las mismas. Experiencia en instituciones educativas a nivel de pregrado y postgrado y empresas de capacitación en materias afines al Marketing. Publicaciones e investigaciones de carácter académico e investigativo.



MSc. SANDY HORMAZA



Ingeniera en Empresas Turísticas por la Universidad de Murcia (España), Magíster en Marketing y Comunicación por la Universidad Católica San Antonio de Murcia (España), Magíster en Ciencias Sociales con mención Investigación para el Desarrollo Social por la ULEAM (Manabí), Doctorante en Pedagogía en Educación Universitaria por el Centro de Estudios para la Calidad Educativa y la Investigación Científica (México). Con experiencia en marketing formando parte en equipos de trabajo tanto en el campo turístico, hotelero y educación en España y Ecuador, crew atención al cliente para empresas turísticas multinacionales y seis años de experiencia en la educación superior presencial y virtual, es caracterizada como una profesional competente, creativa, practicante reflexivo, ayuda a formar integralmente al estudiante, preparándolo para enfrentar y resolver cualquier problemática sobre la comercialización de productos o servicios para diferenciarse en mercados que cada vez son más competitivos.

PERFIL DE DOCENTES



MSc. DANIEL SÁNCHEZ



Administrador de mercadeo CEIPA, Magíster en Comportamiento del Consumidor (UPB), más de 10 años de experiencia en áreas comerciales, mercadeo y docencia universitaria en pregrado y postgrado, caracterizado por una visión humana de los negocios y los mercados. Con capacidad de análisis en gerencia de marcas, investigación de mercados, comportamiento del consumidor y neuromarketing. Experiencia en sectores como retail, alimentos, textil y entretenimiento, con fortalezas en pensamiento innovador y creativo, entrenamiento y desarrollo de equipos comerciales, liderazgo, negociación, análisis de información y buen manejo de relaciones corporativas.



Phd. MARÍA CLAUDIA RIVERA



Investigadora de la Universidad Tecnológica de Renton, Estados Unidos. Doctora en Marketing y Máster en Marketing e Investigación de Mercados por la Universitat de Valencia, España. Certificación en Inteligencia Artificial, Huawei Enterprise, China. Docente Investigadora acreditada por la Senescyt con experticia en metodologías de la investigación aplicada al marketing. Ha publicado diversos artículos indexados en bases de datos nacionales e internacionales.



MSc. FERNANDO RIVERA



MBA con amplia experiencia en Gerencia Hospitalaria y Financiera, tanto en el sector público como en el privado. Ha desempeñado roles destacados en comisiones especiales, incluyendo instituciones públicas nacionales e internacionales, coordinando proyectos significativos para el crecimiento económico de diversas ciudades del Ecuador. Su trayectoria también abarca la participación en consultorías para diversas multinacionales del país, aportando con sus conocimientos en el ámbito económico. Es economista graduado de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.



MSc. DAVID ZALDUMBIDE



Coordinador del Postgrado Mercadotecnia Digital PUCE. Director Académico Asociación Ecuatoriana de Marketing y Comunicación Portoviejo (AEMC). Doctorando en Ciencias Económicas UCAB. Experto en Metodologías para la Investigación UCO | España. Specialty in Circular Econogemy Waningen University & Research | Netherlands. Msc. MASTER OF ECONOMICS James Cook University | Australia. Majoring in Environmental Management | Australia. Especialidad en Marketing Digital Universidad Blas Pascal | Argentina. Ingeniero en Mercadotecnia ESPE | Ecuador. Profesor en las cátedras de Economía, Marketing y Titulacion en Postgrado y Carreras, Autor de más de 40 artículos indexados en base de datos nacionales e internacionales SCOPUS Web of Science (WOS), SciELO y Latindex Catalogo 2.0. Experiencia en el sector público y privado en el área de administración, estadísticas, publicidad y marketing.

REQUISITOS DE **ADMISIÓN**

- Título académico de tercer nivel reconocido por la SENESCYT.
- Solicitud de ingreso dirigida a la Dirección de postgrado de la UBE de acuerdo a las normas establecidas.
- Entrevista con el coordinador académico del programa.
- Copia de la cédula de ciudadanía / pasaporte a color.
- Copia de certificado de votación a color actualizado.
- 1 foto tamaño pasaporte actualizada.

INVERSIÓN

Valor de inversión para público en general

	Valor Normal	Valor Promocional
MATRÍCULA	\$300	\$150
Inversión del programa	\$4.500	\$2400
Mensualidades (12 cuotas)	\$375	\$200
INVERSIÓN TOTAL DEL PROGRAMA (Matrícula + inversión neta del programa)	\$4.800	\$2550

DURACIÓN
ESTIMADA

2 períodos académicos

Cantidad de horas totales:

1440

Cantidad de semanas por período académico:

20 semanas

Cantidad de materias:

12

Cantidad de horas dedicadas al componente de titulación:

384



CONTACTOS

OFICINA DURÁN

- ☎ Telf: 1800-UBE-ECU | 0989758382
- ✉ admisiones@ube.edu.ec / info@ube.edu.ec
- 📍 km 5 1/2 Vía Durán Yaguachi
- 🌐 www.ube.edu.ec

OFICINA QUITO

- Matriz: Av. 6 de Diciembre y Portete, edificio
- 📍 San Fermín oficina #1.
- ☎ PBX: (02) 4754851
- ☎ Telf: 0967788810 | 0963022300

OFICINA RIOBAMBA

- 📍 10 de Agosto entre Larrea y Colón, edificio Altamirano, segundo piso, oficina #15.
- ☎ Telf: 0995080036 | 0962808062

📱 📷 📺 UBE Universidad Bolivariana del Ecuador

CUENTA CORRIENTE

RUC **0993341169001**

Banco Pacífico Cta. Cte. **8123004**

A nombre de: **Universidad Bolivariana del Ecuador**

CUENTA DE AHORROS

RUC **0993341169001**

Banco Pichincha Cte. Aho. **2207874881**

A nombre de: **Universidad Bolivariana del Ecuador**