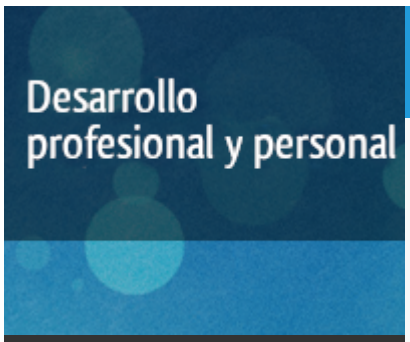

6 créditos

Curso académico 2015-2016

Tendencias Actuales en Psicología del Consumo, Publicidad y Marketing

del 1 de diciembre de 2015 al 29 de mayo de 2016

CERTIFICADO DE ENSEÑANZA ABIERTA

Características: material impreso, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Psicología Social y de las Organizaciones

Facultad de Psicología

PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

El Programa de Desarrollo Profesional y Personal acoge cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio por la UNED. Cada curso se impartirá en una de las siguientes categorías: Experto Profesional, Enseñanza Abierta, Actualización Profesional (*) y atienden una demanda de formación en respuesta a las necesidades e intereses del mundo del trabajo. Sus cursos estarán promovidos por la UNED o entidades sociales y económicas que busquen el apoyo académico de la Universidad para la mejor calidad de sus acciones de formación y promoción de sus colectivos laborales y profesionales.

Requisitos de acceso: no hay requisitos mínimos de acceso, salvo los específicos de cada curso establecidos por su director.

(*) En los cursos que se ofertan en Enseñanza Abierta que en su denominación contengan la especificación de (ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL), la superación del curso se acreditará mediante un "Certificado de Actualización Profesional" (Reunión del Consejo de Gobierno de la UNED, celebrada el día dieciséis de diciembre de dos mil catorce, por la que se aprueba la implantación de cursos para cubrir la formación profesional y empresarial con la denominación de Certificado de Actualización Profesional).

Destinatarios

Dirigido a interesados en el estudio del consumo, publicidad y marketing.

No se necesita ningún requisito de acceso especial.

1. Objetivos

Conocer los procesos psicológicos básicos que subyacen al comportamiento del consumidor, los aspectos organizacionales y sociales relacionados con la satisfacción del consumidor en compra tradicional y por Internet, las nuevas tendencias dentro del comportamiento del consumidor, la publicidad y el marketing.

2. Contenidos

BLOQUE I: EL CONSUMIDOR

Introducción al comportamiento del consumidor

Psicología y consumo: procesos básicos

Cómo piensa el consumidor

Actitudes y satisfacción del consumidor

La protección del consumidor en el ámbito publicitario

BLOQUE II: SOCIEDAD DE CONSUMO Y ORGANIZACIONES

Aspectos organizacionales y satisfacción del consumidor

La sociedad de consumo: características generales

Tendencias en el contexto de la sociedad de consumo

La calidad del siglo XXI

El consumidor postcrisis

BLOQUE III: MARKETING Y PUBLICIDAD

Psicología aplicada a la actividad comercial

Análisis crítico de la publicidad

Marketing tradicional y Neuromarketing

Marketing en redes sociales

3. Metodología y actividades

La metodología de trabajo será la específica de la educación a distancia, basada en el trabajo personal y reflexivo del alumno y contando con el apoyo de los profesores. Las actividades tendrán un carácter práctico orientadas a la puesta en funcionamiento de los conocimientos adquiridos. El alumno no necesita comprar ningún libro obligatorio para el seguimiento del curso.

EL TEXTO BASICO DEL CURSO SE ENVIA DE MANERA GRATUITA A LOS ALUMNOS, EL RESTO DEL MATERIAL ESTÁ VIRTUALIZADO.

4. Nivel del curso

Iniciación

5. Duración y dedicación

Duración: del martes 1 de diciembre de 2015 al domingo 29 de mayo de 2016.

Dedicación: 150 horas.

6. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

PALACI DESCALS, FRANCISCO JOSE

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

GARCÉS PRIETO, JAVIER

Colaborador - Externo

RUIZ MARÍN, MARTA

Colaborador - Externo

SALCEDO AZNAL, ALEJANDRO

7. Material didáctico para el seguimiento del curso

7.1 Material disponible en la plataforma virtual

En el curso virtual el alumno encontrará varios documentos elaborados por el equipo docente, encontrará 2 documentos clave

- El consumidor postcrisis

- Neuromarketing

7.2 Material remitido por el equipo docente

El libro de referencia será: Palací Descals, F. J. y Salcedo Aznal, A y Ruiz Marín, A. (2007): El comportamiento del consumidor en la sociedad actual: una perspectiva psicosocial. Madrid: Sanz y Torres.

El alumno no tiene que comprar ningún libro, se le enviará sin coste.

8. Atención al estudiante

Atención al alumno a través de tutorías:

Mañanas lectivos de 10 a 14 horas. Francisco José Palací Descals Teléfono: 91 398 62 64 Correo electrónico: fpalaci@psi.uned.es Despachos de Tutorías: 1.51 (Facultad Psicología)

Fuera de estos horarios el alumno podrá ponerse en contacto con los profesores en cualquier momento a través del correo electrónico.

9. Criterios de evaluación y calificación

Con el fin de aplicar los conocimientos adquiridos durante el curso, los alumnos deberán realizar las tareas planteadas en el curso virtual y enviarlo a los profesores del curso en las fechas acordadas.

10. Precio del curso

Precio de matrícula: 250,00 €.

11. Descuentos

11.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en este enlace.

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: ea@adm.uned.es.

12. Matriculación

Del 7 de septiembre al 18 de diciembre de 2015.

Atención administrativa:

Cursos de Certificado de Enseñanza Abierta

ea@adm.uned.es

Tf. 91 398 7711 / 7530

C/ Juan del Rosal, 14 - 1ª planta

28040 Madrid

13. Responsable administrativo

Negociado de Enseñanza Abierta.