

GRAU EN TURISME I GESTIÓ DEL LLEURE

370010 - NEUROCIÈNCIA DEL CONSUMIDOR

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Primer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Maria Armiñana Maristany <marminana@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

Es podran usar fonts d'informació en català, castellà o anglès

Presentació de l'assignatura

Les persones prenem decisions constantment, i encara que no en siguem conscients, o no ho vulguem reconèixer, avui dia se sap que la majoria de les nostres decisions no són de tipus racional. Quan les persones actuem com a consumidors, aquesta manca de racionalitat es reflecteix clarament en les nostres decisions de compra.

La Neurociència del consumidor (NC), sovint assimilada a la disciplina del Neuromàrqueting, és una ciència multidisciplinària que intenta entendre de manera profunda els motius que hi ha al darrere de les respostes i decisions no racionals dels consumidors, en particular els seus mecanismes neurològics. La NC es beneficia especialment de les aportacions, fetes durant els darrers 25 anys, en disciplines com la psicologia cognitiva, l'economia conductual (neuroeconomia) i la neurofisiologia.

L'assignatura proposa una introducció clara, senzilla i entenedora a aquesta interessant matèria.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

-

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins a arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per a aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva.
- CG3. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reevaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
- CG4. Ser capaç d'integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis de Turisme i Gestió de l'Oci contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

Transversal

- CT5. Dominar les principals aplicacions de les eines informàtiques i les noves tecnologies per a l'activitat acadèmica ordinària.
- CT6. Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic.
- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT2. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT3. Formular raonaments crítics i ben argumentats, emprant per a això terminologia precisa, recursos especialitzats i documentació que avaluï aquests arguments.
- CT7. Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere per dissenyar sol·lucions.

No definides

Continguts

1. El Mètode Científic
2. Antecedents històrics
3. El Cervell
4. *Toolbox*: sistemes de mesura objectiva
5. Sentits i Percepció
6. Atenció i Consciència
7. Emocions i Sentiments
8. Aprenentatge i Memòria
9. La Presa de Decisions: desitjar, plaure, decidir
10. Hàbits patològics de consum
11. Neurosegmentació. L'efecte gènere
12. Models de treball experimental

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 12 - Consum i producció responsables
- 05 - Igualtat de gènere
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

La nota final de l'assignatura es conformarà per la suma de diferents activitats d'avaluació continuada, organitzades en blocs:

- a. (SE1 + SE3) Seminaris i participació activa individual. Tasques d'estudi de casos i cerca d'exemples i 4 proves parcials curtes (20%)
- b. Competència de pensament crític (10%)
- c. (SE2) Treball grupal pràctic senzill consistent en el disseny d'un experiment per avaluar la presa de decisions (40%)
- d. (SE4) Examen final (30%)

Requisits per aprovar:

- una mitjana igual o superior a 5 en el càlcul conjunt de l'assignatura
- una nota igual o superior a 3 en el bloc de participació activa individual
- una nota igual o superior a 5 a l'examen final (bloc d). **Important: tan sols l'examen final és recuperable.**

Bibliografia i Recursos

- Eagleman, David. El cerebro. Anagrama, 2017
- Eagleman, David. Incógnito. Las vidas secretas del cerebro. Anagrama, 2011. ISBN: 978-84-339-6351-2
- Sigman, Mariano. La vida secreta de la mente. Debate, 2015
- Thaler, Richard H. Misbehaving. Great Britain: Penguin Random House UK, 2015. ISBN 978-1-846-13303-5. (versión en español titulada "Todo lo que he aprendido con la psicología económica")
- Ariely, Dan. Las trampas del deseo.: Cómo controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error. Ariel, 2008. ISBN: 978-84-344-5367-8.
- Kahneman, Daniel. Pensar rápido, pensar despacio. Debate, 2015 (Thinking fast and slow, Penguin books).
- Ramsøy, Thomas Z. Introduction to Neuromarketing and Consumer Neuroscience. Kindle Edition (Amazon), 2014