



Espacio Interdisciplinario
Universidad de la República
Uruguay



Ciencias Sociales



CERTIFICADO DE POSGRADO HERRAMIENTAS PARA EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO ALIMENTARIO DEL CONSUMIDOR

EDICIÓN 2015 - 2016

CERTIFICADO DE POSGRADO HERRAMIENTAS PARA EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO ALIMENTARIO DEL CONSUMIDOR

El Certificado Herramientas para el Estudio del Comportamiento Alimentario del Consumidor de la Facultad de Ciencias Sociales tiene por objetivo formar a profesionales universitarios en metodologías para estudiar el proceso de selección de alimentos de la población mediante un abordaje interdisciplinario.

El programa es de carácter gratuito y consta de de 4 módulos, correspondientes a un total de 26 créditos, y al menos cinco exposiciones de dos horas cada una, que adoptarán la forma de Seminarios sobre experiencias específicas en relación a la alimentación.

REQUISITOS DE INGRESO

- tener título de grado en una carrera universitaria de al menos cuatro años de duración o formación equivalente
- completar el formulario de inscripción en línea disponible en: <http://cienciassociales.edu.uy/bedelia/formulario-de-inscripcion-a-posgrados/>
- enviar el curriculum vitae a inscripciones.posgrados@cienciassociales.edu.uy

Para la presente promoción del Certificado se recibirán postulaciones hasta el **lunes 20 de julio de 2015**.

El Tribunal de Admisión seleccionará un máximo de 30 postulantes. El Certificado se abrirá siempre que haya un mínimo de 10 inscriptos.

PLAN DE ESTUDIO

Módulo I: Comportamiento del consumidor y toma de decisiones

1. Elección y demanda: Preferencia y utilidad. Restricción presupuestaria. Maximización de la utilidad y elección. Efecto sustitución y efecto ingreso. Función de demanda. Demanda del mercado y elasticidades. Elección bajo incertidumbre.
2. Preferencias sociales. Determinantes bio-psico-sociales en la elección de los alimentos
3. Tópicos de economía de la información
4. Racionalidad acotada. Sistema 1 y Sistema 2. Sesgos, heurísticos y toma de decisiones.
5. Psicología de la elección: cómo las neuronas generan preferencia
6. La intuición espontánea: las ilusiones probabilísticas. Las ilusiones cognitivas y de pensamiento.

Docentes: Máximo Rossi, Alejandro Maiche, Gastón Ares

Módulo II: Metodologías para explorar la percepción del consumidor

1. Metodologías cualitativas. Grupos focales. Entrevistas en profundidad. Técnicas proyectivas
2. Metodologías cuantitativas. Diseño de cuestionarios. Encuestas.
3. Metodologías para evaluar consumo de alimentos. Cuestionarios. Recordatorio de 24 horas.
4. Experimentos. Análisis conjunto. Subastas.

Docentes: Gastón Ares, Ana Giménez, Leticia Vidal, Zuleika Ferre, Jacqueline Lucas, Luisa Saravia

Módulo III: Neuromarketing

1. Introducción general. Bases científicas del neuromarketing
2. Eyetracking. Fundamentos y aplicaciones.
3. Electrofisiología. Fundamentos y aplicaciones.
4. Electroencefalografía. Fundamentos y aplicaciones.
5. Resonancia magnética funcional. Fundamentos y aplicaciones.

Docentes: Alejandro Maiche, Gastón Ares, Alejandra Carboni

Módulo IV: Herramientas para el diseño de políticas públicas

1. Sistema alimentario actual y doble carga de malnutrición. Tendencias en el consumo de alimentos. Derecho a la alimentación adecuada y saludable.
2. Cultura alimentaria y preferencias sociales
3. Políticas, planes y programas para mejorar la nutrición. Intervenciones exitosas en Salud Pública.
4. Estrategia ICEAN (Información, comunicación y educación alimentaria y nutricional) para contribuir a mejorar la promoción de hábitos alimentarios y estilos de vida saludables. Guías alimentarias basadas en alimentos.
5. Marketing social en salud pública y nutrición.
6. Políticas, planes y programas para mejorar la nutrición en Uruguay.

Docentes: María Rosa Curutchet, Joseline Martínez, Luisa Saravia y Alejandra Girona

CRONOGRAMA

		Carga horaria	Créditos	Fecha	Horario
Módulo I	Comportamiento del consumidor y toma de decisiones	30 horas	6	27 de Julio al 17 de agosto de 2015	Lunes, Miércoles y Viernes de 17:00 a 20:00
Módulo II	Metodologías para explorar la percepción del consumidor	40 horas	8	26 de octubre al 23 de noviembre de 2015	Lunes, Miércoles y Viernes de 17:00 a 20:00
Módulo III	Neuromarketing	30 horas	6	Marzo de 2016	Lunes, Miércoles y Viernes de 17:00 a 20:00
Módulo IV	Herramientas para el diseño de políticas públicas	30 horas	6	Mayo de 2016	Lunes, Miércoles y Viernes de 17:00 a 20:00
Seminarios		10 horas	2	Agosto-diciembre de 2015 Abril-junio de 2016	

Todos los módulos se dictarán en el **Espacio Interdisciplinario de la Universidad de la República (José E. Rodó 1843, Montevideo)**.

CONSULTAS

Por cualquier consulta sobre el certificado contactarse al teléfono 29248003 o enviar un correo electrónico a gares@fq.edu.uy