

Senyors,

A continuació els facilito el meu currículum per a concórrer al lloc d'especialista en Neuromàrqueting, comunicació corporativa, màrqueting.

En plaça fixa o per assessorament permanent a la seva companyia.



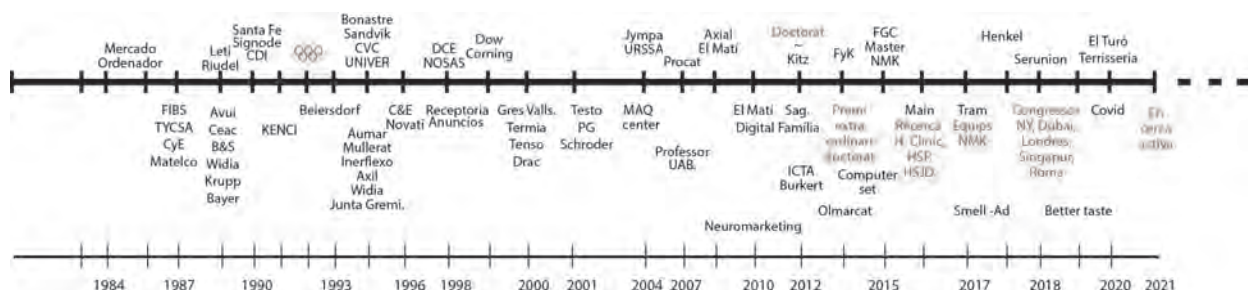
Dr. Pere Navalles Villar
DNI 37741068
Domicili: Barcelona ciutat
Tel. +34 670831796

Neuromàrqueting
Comunicació corporativa
RSC, Publicitat

www.navalles.cat/pere
e mail: pere@navalles.com
Català, Castellà, Anglès, Italià

Per obtenir millors resultats.

Estudi de preus, disseny producte, validació de la publicitat, objectius de sostenibilitat, millora de relacions amb clients, clients interns, objeccions al consum, emoció, Top of mind de la marca...



Currículum professional i acadèmic. *actualitzat a gen. 21*

Ferrero
Tic-Tac
Henkel
Serunion
FGC
Sandvik
Widia
Krupp
Ajunt. de Barcelona
Uralita
Beiersdorf
Bayer
Buades
Leti
Grup TYCSA
Càritas
Fibs
Sagrada Família
UAB
entre altres

Pere Navalles,

és conegut internacionalment com un introductor del neuromàrqueting a Espanya.

Especialista en Neuromàrqueting, orientat a productes de consum, publicitat, màrqueting, assessorament a direcció d'empreses i institucions.

57 anys, casat, tres fills.

És Doctor en Comunicació Audiovisual i Publicitat per la Universitat Autònoma de Barcelona. (2012).

Llicenciat en Ciències de la Comunicació, UAB. (1992).

Tècnic superior Disseny i arts gràfiques, EPSS. (1983).

Ha realitzat estudis de postgrau d'investigació qualitativa.

Director i impulsor del Màster de Neuromàrqueting durant 6 edicions, Universitat Autònoma de Barcelona. (2015-2021).

Des del 2013, dirigeix un grup de recerca de neuromàrqueting on hi participen fins a 30 investigadors de l'àmbit de la medicina, la psicologia, l'economia, la comunicació, la química dels aromes, entre altres.

COL·LABORACIONS

Col·labora habitualment amb les institucions sanitàries:

- Institut de recerca de l'Hospital de Sant Pau.
- Hospital Clínic (IDIBAPS).
- Hospital Sant Joan de Déu HSJD, amb qui té signat un conveni de recerca i docència.
- Instituts de recerca: LEITAT, Institut de Neurologia UAB, ICTA Institut de ciències i tecnologia ambientals, entre altres.
- Empreses de l'àmbit químic LUCTA aromes i fragàncies, GIVAUDAN, etc.

REPRESENTACIÓ PROFESSIONAL

Membre fundador del Col·legi Oficial de Publicitaris.

Membre del Col·legi Oficial de Dissenyadors de Catalunya.

Membre del Club de Màrqueting Barcelona, CMB, que va fundar el seu pare el 1956.

Exmembre de la Junta Directiva del Gremi de Publicitat.

Exdirector del festival internacional de publicitat per Internet.

Membre fundador del diari El Matí Digital.

Membre claustral electe de la universitat UAB.

Ha impartit conferències professionals de neuromàrqueting i de publicitat a universitats i fòrums empresarials, a més de cursos per a empresaris i directius.

ACTIVITAT PROFESSIONAL

Director de Publicidad Navalles, S.L. fins a 2020.

Funcions de direcció i realització de campanyes publicitàries i assessorament en màrqueting per a marques de diversos sectors empresarials: siderúrgia, farmàcia, equipaments, ensenyament, detergents, caramels, etc.

Ha col·laborat amb empreses com: **Ferrero, Tic-Tac, Henkel, Serunion, FGC, Sandvik, Widia, Krupp, Ajuntament de Barcelona, Uralita, Beiersdorf, Bayer, Buades, Leti, Grup TYCSA, Càritas, Fibs, Sagrada Família, UAB, entre altres.**

Professor de publicitat i màrqueting estratègic a la Facultat de comunicació i la Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona. (2007-2021).

Investigador de neuromàrqueting per a empreses de consum, alimentació, aromes i del sector del transport públic, entre altres.

Realitza transferència de coneixement de la UAB a la indústria, dins el programa 20/20 d'Eureka, UAB.

Li han concedit premis pel seu treball creatiu i de màrqueting. Ha format part de jurats de festivals i premis.

DOCÈNCIA

De fa catorze anys imparteix docència a la Universitat, els següents cursos:

Facultat de Ciències de la Comunicació, UAB

- Direcció de Comptes. Curs acadèmic 2007-08.
- Estratègia Creativa, 2007-08.
- Mercadotècnia Estratègica i Corporativa. Cursos acadèmics 2008 al 2017.
- Teoria i Estructura Publicitat I Relacions Públiques, del 2008 al 2021.
- Màster Tecnologia gràfica, 2007-08. EUSS, UAB.
- Màster Publicitat de turisme del 2009 al 2011.
Coordinador del màster Dr. Lluís de Borja. UB.
- Màster Arts Gràfiques. Coordinador del màster Dr. Josep Lluís Valero.
Escola Universitària Salesiana Sarrià.
- Màster en Neuromàrketig. Director i coordinador del Màster, UAB del 2015 al 2021.

Facultat d'Economia i empresa, UAB

- Màster Oficial de Màrquetig. Cursos acadèmics del 2012 al 2017.
Coordinadora del màster Dra. Pilar López.

CONGRESSOS I CONFERÈNCIES

- Ponència “**Olor i emocions**” al Congrés Entertainment and emotion. CSIC (Centro Superior de Investigaciones Cientificas) Benasc 2010.
- Assisteix a congressos internacionals de neuromàrketig on presenta treballs.
 - **Neuromarketing Science and Business Association (NMSBA)** , Nova York 2014, Barcelona 2015, Dubai 2016, Londres 2017, Singapur 2018, Roma 2019.
 - **Associazione Italiana di Neuromarketing (AINEM)**. L'Alguer Itàlia 2018.
- Ponent al congrés de **Publicitat i tatuatge**, UAB. Barcelona 2015.
- Imparteix conferències i cursos a Universitat oberta, Club de Màrquetig, Col·legi professional de publicitaris, entre altres espais professionals.

RECERCA

Des de 2014, dirigeix un **grup de recerca de neuromàrketig** amb investigadors de medicina, la psicologia, economia, comunicació, química, entre altres.

Col·labora habitualment amb especialistes de l'institut de recerca de l'**Hospital de Sant Pau**, l'**Hospital Clínic (IDIBAPS)** **Hospital Sant Joan de Déu (HSJD)** amb qui ha signat un conveni de recerca i docència.

Disposa de laboratori de neuromàrketig, dels més avançat en equipament, per a recerca amb empreses i instituts.

Autor de la **Tesi Doctoral “Capacitat de reconeixement i identificació d'una marca comercial per mitjà de l'olfacte”**. UAB, març 2012.

Codirector de la investigació Epidemiològica **OLMARCAT**. Amb l'Hospital Clínic de Barcelona. Reconeixement i identificació per l'aroma de productes alimentaris de consum i les seves marques comercials.

Director de la recerca **SmellAD** sobre l'aroma de les marques, amb: **Ferrero, Tram, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, FGC, UAB, Main, Navalles Publicitat**, la memorització i la identificació de marques anunciants, amb la intervenció d'un aroma a l'ambient.

Autor de la Ponència "**Odor and Emotions**" al Congrés Entertainment and emotion. CSIC. Benasc 2010.

Recerca científica per a **Serunion**, "**Better taste in older age**" per a la millora de la saborització del menjar en adults grans i geriatria. 2017- 2019.

Recerca científica per a **Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya**. Detecció, anàlisi i supressió d'olors a convois i estacions de tren. 2015- 2018.

Comissari de l'exposició "**La memòria de l'olor**" a la sala Ciutat de l'**Ajuntament de Barcelona**, 2012.

Comissari de l'exposició "**La memòria de l'olor**" a la **Universitat Autònoma**. Hemeroteca general, amb 4.000 visites d'estudiants i comunitat acadèmica, 2014.

Comissari de l'exposició "**No m'ho puc treure del cap**" neuromarketing i els sentits, a la **Universitat Autònoma**, 2018.

Actualment prepara un llibre sobre les troballes en neuromàrketig, que de fa 8 anys va realitzant el seu equip investigador sobre el comportament del consumidor.

PUBLICACIONES

Ha publicat els seus estudis en revistes científiques:

- Questiones Publicitarias, Vol. 1, Núm. 21 (2018) P. Navalles
Smell-Ad. La publicidad con aroma en el ambiente.
- Revista de Rinología - 23, EP - 8, **Los olores como marca comercial**, (2011/11/01), Navalles, Pere.
- The Neuromarketing Yearbook 2018 "**Ad is in the air**".
- **Música y Neuromarketing**. Pròleg i capítol de llibre.
- EXPERTIApp. 11-15DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/qp.372V5N29> ccom citar aquest article/referència normalitzada Navalles, Pere (2022) "**Neurociència, publicitat i disseny. Diàleg entre la ciència i la intuïció**". Questiones Publicitarias, 29, pp. 11-15. <https://acortar.link/Xtt0Dv>

Publicacions a premsa tècnica i especialitzada:

- Ipmark. **El aroma en la publicidad: Más del 50% de la población general puede identificar una marca por el aroma**, ISSN 0214-7459, N°. 831, 2016, pàgs. 74-75; Campaña.
- Realitza intervencions a programes de mitjans ràdio, premsa i televisió, com a expert en neuromàrketig a sol·licitud dels mateixos mitjans.
- ACES info 77, Monogràfic La industria farmacéutica, pp.20 -26. <https://acortar.link/LyFRtR>