

PLANO DE CURSO

Título: Neuromarketing – das Pesquisas às aplicações de Mercado

Público-alvo: Estudantes ou profissionais da área de Marketing, Publicidade, Design Gráfico; profissionais de Vendas, pesquisadores e profissionais da saúde que se interessem pelo tema.

Objetivos: Capacitar e atualizar estudantes e profissionais a respeito das descobertas e tendências em pesquisas de Neurociências aplicáveis ao Comportamento Humano e Marketing.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Aula 1: Bases do comportamento humano e comportamento de consumo. Biologia do comportamento do consumidor: fisiologia do cérebro humano, cognição e sentidos. Neurotransmissores e hormônios do consumo.

Aula 2: Pesquisas e cases: neurométricas, fundamentos e interpretação de neuroexames a serviço das pesquisas de Marketing.

Aula 3: Botão de compras: verdade ou mito? Gatilhos mentais, marcadores somáticos e técnicas de Rapport e Neuroargumentação.

Aula 4: Discussão de pesquisas e cases.

Aula 5: Banca de apresentação do projeto de conclusão e Certificação.

METODOLOGIA DAS AULAS

Aulas expositivas dialogadas; discussão e interpretação de pesquisas e cases; elaboração orientada de projeto a ser apresentado ao término do curso.