NEUROMARKETING
BUSINESS & BRANDS
FORMAÇÃO – SÃO PAULO
16 E 17 DE MARÇO

PROGRAMAÇÃO

Sábado 16 de março

08:30 - 09:00

WELCOME COFFEE E CREDENCIAMENTO
- Entrega de materiais, apostila e conteúdos de apoio.

09:00 – 11:30

INTRODUÇÃO A NEUROCIÊNCIA APLICADA EM CONTEXTOS COMERCIAIS.
- Fundamentos (séries) de Neurociências.
- Descoisando mitos neuroeuristicos.
- Neurofisiologia dos Sentidos.
- Métricas: atenção, memorização e engajamento.
- Neurovendas: neurociência aplicada as estratégias de vendas.
- Analise comportamental: diferenciação de perfis para novos negócios.
- Considerações finais

11:30 - 13:00

NEUROCIÊNCIA APLICADA AO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.
- Metodologia de pesquisas (biometria e neuromarketing).
- Neuromarketing e o comportamento do consumidor nas redes sociais.
- Neuromarketing e estratégias aplicadas a redação publicitária.
- Métricas em neurociência aplicada ao consumo (neuromarketing).
- Neuromarketing e suas implicações no varejo.
- O passado, presente e futuro.

13:00 - 14:30

ALMOÇO

14:30 - 17:30

NEUROBRANDING: CONEXÃO ENTRE CÉREBRO E MARCAS.
- Introdução a neurociência aplicada ao branding.
- Os novos desafios de negócios diante do cenário de nova cultura.
- Branding e humanidade: o desafio de ser construir significado através dos sentimentos.
- Os principais pilares que criam e sustentam uma marca forte e admirada.
- Como o neurobranding contribui para performance.
- O que mudou para as estratégias de marcas nos últimos anos.
- Como gerar identificação e se conectar emocionalmente com as pessoas através de mensagens mais assertivas.
- O papel da neurociência aplicada na construção de uma estratégia de branding eficaz.
- Entendendo dores de consumo segundo conceitos neurocientificos.
- Como se tornar uma memória afetiva e ser sempre lembrado dentro do segmento que você se posicionar.
- Learning: dicas de como colocar tudo em prática para desenvolver estratégias mais eficazes.
- **Considerações finais.**

Domingo 17 de março

09:00 - 11:00

NEUROMARKETING APLICADO AO CONSUMO: O NOVO MARKETING.
- O que é neurociência?
- Neurocognição.
- Neurologia do medo.
- Armazenamento de informações.
- Como processamos decisões de compra?
- Principais aplicações do Neuromarketing.
- B2B Marketing cases.
- Outbound marketing x Inbound marketing.
- Considerações finais.

11:00 – 13:00

PRINCÍPIOS APLICADOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MUNDO E NAS TRANSFORMAÇÕES DIGITAIS.
- Princípios de inteligência artificial que estão se tornando o elemento propulsor da humanidade no contexto de avanços produtivos e transformações sociais.
- Big Data
- Aprendizagem profunda ou deep learning.
- Redes neurais artificiais
- Sistemas cognitivos
- Chips neurais e os respectivos impactos quando aplicados no contexto de transformação digital das empresas e da sociedade, com exemplos didáticos.
- Inteligência artificial aplicada ao marketing.
- Considerações finais.

13:00 - 14:30

ALMOÇO

14:30 - 17:30

A BIOLOGIA DO COMPORTAMENTO ECONÔMICO E DE CONSUMO:
- Endocrinologia comportamental e consumo.
- Sistema imune e comportamento Humano economico.
- Sistema respiratório e vendas.
- Sistema digestivo, microbiota, ansiedade e comportamento do consumo.
- Sistema nervoso e comportamento do consumo.
- Ciclo circadiano, motivação, persuasão e vendas.

17:30 – 18:00

COQUETEL

18:00 – 18:15

ENCERRAMENTO DA FORMAÇÃO
(MARIANA LAZARINE / IBN TRACKING COORDINATOR)
- Orientação sobre os projetos de pesquisa.
- Entrega dos certificados.
- Agradecimentos

FORMATO

O curso é dividido em blocos. Serão 4 aulas complementares de 2 horas cada, que abordam temas específicos e oferecem um mapeamento da apresentação específico. Aula expositiva e apresentação de cases. Workshop e palestra. Dessa forma, asseguramos que a experiência e o aprendizado acerca do tema se tornam mais rico e didático, facilitando aos nossos alunos a absorção do conteúdo. Ao longo do curso, ofereceremos para os participantes, diversas ferramentas para auxiliar na discussão e aplicação dos conceitos auferidos na formação

O curso integrará 6 de **horas**.

OBJETIVO DO WORKSHOP

O estudo em neurociência aplicada está cada vez menos restrito aos laboratórios e temos que ser pilar importante para áreas bem mais antigas. O marketing e a economia são dois exemplos.
Em toda mundo comparticipo dos mais diversos setores e segmentos, a neurociência aplicada tem contribuído para as escolhas e preferencias de seus consumidores.

O workshop capacita o profissional no cenário da neurociência aplicada ao consumo e as ciências que implicam diretamente num processo de escolha e tomada de decisão. Objetivo é o instrumentar e manir os participantes de estratégias e insights para comprender e analisar a inacionalidade no consumo, a incidência das emoções no processo de escolha e a influência dos sentidos no comportamento de compra.

PÚBLICO ALVO

Profissionais interessados em compreender as variáveis emocionais que implicam no sucesso e preferencia de consumidor: empresários, executivos, administradores, profissionais de marketing, publicidade e propaganda, economia, psicologia, mercadologia, empreendedores e outros.

PROFESSORES

CLAUDIO PINHEIRO IBM

É cientista de dados sênior da IBM. Coordenador Acadêmico e professor de pós-graduação na área de Data Science e Inteligência Artificial. Membro do Technical Leadership Council, vencedor do prêmio Outstanding/Technical Achievement Latin America' e mentor de startups.

PEDRO CAMARGO

Tem experiência tanto no mercado de trabalho com consultorias quanto na área de educação corporativa. Possui um grau de Mestre em Educação, com ênfase em Educação Corporativa, a Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCCAMP) e MBA em Gestão de Pessoas e Liderança. Graduado em Propaganda e Marketing da São Paulo (ESPM). Graduado em Direito do Estado Universidade do Rio de Janeiro (UERJ) . Curso de Extensão em Neuromarketing pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) . É consultor de marketing e comunicação de marketing, em 2009, publicou seu primeiro livro " Neuromarketing: o decodificando o da mente do consumidor", em 2010, publicou o segundo livro " Comportamento do consumidor: o que o cérebro faz para decidir comprar", em 2011 publicou o livro Conceito, em 2012 lançou o seu novo livro" Neuromarketing uma nova pesquisa de comportamento do consumidor no Brasil. pela Editora Alta e Eu compro, em Mas a culpa é dos hormônios pela editora Novo Conceito. é palestrante internacional em neuromarketing e Mestre em Educação. Atuou na área de gestão de marketing (BMM) e Cidade de Minas como International Mindcode (APAS conferencista 2012 , colunista da revista Supermercado de Associação são Paulo Supermercado (APAS) ds são mundo do Marketing e tem artigos publicados na revista Exame, Veja, Carta Capital, Revista Marketing e revista feminina e varia na revista de marketing mais semanal com a tema " os cinco sentidos do lucro " . é um professor de marketing e pós-graduação de vendas programas , cinco anos está ministrando programas de educação in-company em plano de saúde e cooperativas de consumo, programas de educação para as cooperativas de saúde ,atualmente professor solista do programa RetailClub Multiplan para os inquilinos de shoppings e consultor de neuromarketing , neurovendas e Biologia do Comportamento do Consumidor. Professor de Neurovendas da FGV. Coordenador do curso de Neurogestão do ISAE.

IGOR BATISTA

Igor Batista conta com 15 anos de experiência em treinamentos e mais de 200 décadas de vivência na área comercial. Igor já atuou em diferentes segmentos, tendo ajudado empresas no Brasil e nos Estados Unidos a melhorarem processos de vendas. Bacharel em Ciências, MBA em Gestão. Analista de Perfil Comportamental. Consultor Comercial. Palestrante. Mentor de Florida C. University. Idealizador e Coordenador Treinado da Business Consultoria e Professor Convidado da Universidade de Fortaleza e do Instituto Brasileiro Neuromarketing eNeuroeconomia.

PERLA AMABILE

Estrategista, com mais de 15 anos de experiência, realizou palestras e ministrou aulas de Branding e Performance, Neuromarketing e Planejamento Estratégico. Especialista em comportamento do consumidor e Neuroeconomia, mestranda em comportamento pela Lindhop. Tem experiências com grandes marcas da indústria de varejo (ex. e-df), do BUC (ex. Bell), de tradicionais a Start up, auferindo-a um alto 360 para o mercado. É fundadora da Start up «Bucclandia» que foi um laboratório multo importante para evoluir profissionalmente e criatizar o crescimento.

JORGE AZEVEDO

Diretor de empresas, consultor e palestrante nas áreas de estratégia e marketing Expert em estratégias empresariais e construção de marcas, estruturação e performance de negócios, e planejamento estratégico por mais de 20 anos de experiência em empresas como Pepsico, Santhar, JM, Alco Nobel, Oher Consultoria e Gestão. Mestre em Marketing e Planejamento estratégico para construção de marcas e performance de negócios. Diretor de Empresas, Consultor e Keynote Speaker. Mestre em Marketing & Negócios – FIA USP. Tutor EAD em Gestão Estratégia – FIA USP. Marketing Leadership Certification – Kelley School of Business USA.

INFORMAÇÕES

(a) CERTIFICAÇÃO
O certificado será concedido pelo Instituto Brasileiro de Neuroeconomia e Neuromarketing e será dado a coordenadora de curso no final da formação. Para receber o certificado deverá ter 75% da formação.

(b) CANCELAMENTO
Caso o aluno não participante: Será devolvido 80% do valor pago. O cancelamento deverá ser solicitado via e-mail marianalazarine@ibnbrasil.com, com até 30 dias de antecedência do início do curso. O reembolso será efetuado através de deposito bancario na conta bancaria indicada pelo PARTICIPANTE (Nome, CPF, Banco, Agencia e Conta) e será de 80% do valor pago. Não haverá devolução do valor pago se o PARTICIPANTE desistir do curso após seu início.

LOCAL

Arai Résidence

Rua: Martiniano de Carvalho, 1010 - Bela Vista,
São Paulo - SP 01321-000
Telefone: (11) 3285-0000