IBN
Instituto Brasileiro de Neuromarketing e Neuroeconomia

NEUROMARKETING
BELO HORIZONTE
10 de Agosto

PROGRAMAÇÃO

08:30 - 09:00

WELCOME COFFE E CREDENCIAMENTO

- Entrega de materiais, apostila e conteúdos de apoio.

09:00 - 11:00

NEUROMARKETING APLICADO AO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.

- Marketing Tradicional x Neurociências aplicadas
- Introdução ao Neuromarketing
- Neuromarketing e suas aplicações
- Equipamentos e métricas de pesquisa em Neuromarketing e Neuroeconomia.
- Fundamentos da Neurociência aplicada
- Neuromarketing no PDV
- Neuromarketing e o comportamento de consumo
- Neuromarketing na Industria
- Case Fiat.
- Considerações finais.

11:00 - 13:30

NEUROCIÊNCIA APLICADA AO STORYTELLING: CONVERSANDO COM SEU PÚBLICO-ALVO.

- Storytelling : conceituação e aplicação
- Estruturas Narrativas: modelo de 3 atos
- Construção de cenários e proposta de ação.
- Persuasão e fixação.
- Product Placement: contexto e inserção de mensagens publicitárias.
- Refinamento da narrativa com base em Neuromarketing (atividade prática em grupo)
- Apresentação dos trabalhos desenvolvidos pelos grupos em sala. Considerações finais.

13:30 - 15:00

ALMOÇO

15:00 - 18:30

NEUROBRANDING: CONEXÃO ENTRE CÉREBRO E MARCAS.

- Introdução a neurociência aplicada ao branding.
- Os novos desafios de negócios diante de uma 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 drives de consumo segundo conceitos neurocientíficos.
- 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.

18:30 - 19:00

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

FORMATO

O curso é dividido em blocos. Serão 3 aulas complementares durante a formação. Cada professor ministrará o conteúdo em um modelo de 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, á condição de replicarem o conteúdo absorvido em sala para os respectivos projetos em que atuam.
Também serão apresentadas ferramentas para auxiliar na discussão e aplicação dos conceitos auferidos na formação.

O curso integral é de **10 horas.**

OBJETIVO DO WORKSHOP

O estudo em neurociência aplicada está cada vez menos restrito aos laboratórios e tornou-se um pilar importante para áreas bem mais antigas. O marketing e a economia são dois exemplos.
Em todo mundo companhias dos mais diversos setores passaram a usar a neurociência aplicada para analisar as escolhas e preferencias de seus consumidores.
O workshop capacita o profissional no cenário da neurociência aplicada ao consumo e as variáveis que implicam diretamentenum processo de escolha e tomada de decisão. Se dispõe a instrumentar e munir os participantes de estratégias e insights para compreender a irracionalidade, 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 na escolha e preferência do consumidor: empresários, executivos, administradores, profissionais de marketing, publicidade e propaganda, economia, psicologia, mercadologia, empreendedores e outros.

INFORMAÇÕES

(a) CERTIFICAÇÃO
O certificado será concedido pelo Instituto Brasileiro de Neuromarketing e Neuroeconomia através da Coordenadora de curso no final da formação. O aluno deverá estar presente em 75% da formação.

(b) CANCELAMENTO
Por iniciativa do participante: Será devolvido 80% do valor pago. O cancelamento deverá ser solicitado via e-mail ***mariana.lazarine@ibnbrasil.com***, com até 30 dias de antecedência do início do curso. O reembolso será efetuado através de depósito bancário na conta bancaria indicada pelo PARTICIPANTE em até **10 dias úteis**. Depois desse prazo não haverá devolução do valor pago. Não haverá devolução do valor pago se o PARTICIPANTE desistir do curso após seu início.

PROFESSORES

CAISSA VELOSO (UFMG)

Doutora em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais, na linha de pesquisa de Administração Estratégica e Mercadologia (2012). Possui mestrado em Administração (2007) e graduação em Ciências Econômicas pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (1999). Pesquisadora de Pós Doutorado - Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) com o projeto: "Neurociências e Tomadas de Decisão na Construção de Políticas Públicas na Área da Saúde". Pró-Reitora de Pós-Graduação e Pesquisa (desde setembro de 2017) e Coordenadora do curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro Universitário Unihorizontes , onde é Professora e Pesquisadora. Coordenadora do Núcleo de Pesquisa em Estratégia e Competitividade - NUPEC, desenvolvendo pesquisas, principalmente, nas temáticas relacionadas ao Marketing Social, Marketing Digital, Neuromarketing, Neuroeconomia, Tomada de Decisão. Comportamento do Consumidor e Consumo Infantil.

PERLA AMABILE

Estrategista, com mais de 15 anos de experiência, realiza palestras e ministra aulas de Branding e Performance, Neuromarketing e Planejamento Estratégico. É pesquisadora em ciências comportamentais esociais. Atualmente é mestranda em Neuroeconomia pela Unifesp. Tem experiências com grandes marcas da industria de varejo (on e off), do B2C ao B2B, de tradicionais a Start up, auferindo-a um olhar 360 para o mercado. É fundadora da Start up «Bicicletando» que foi um laboratório muito importante para evoluir profissionalmente e cristalizar o conhecimento.

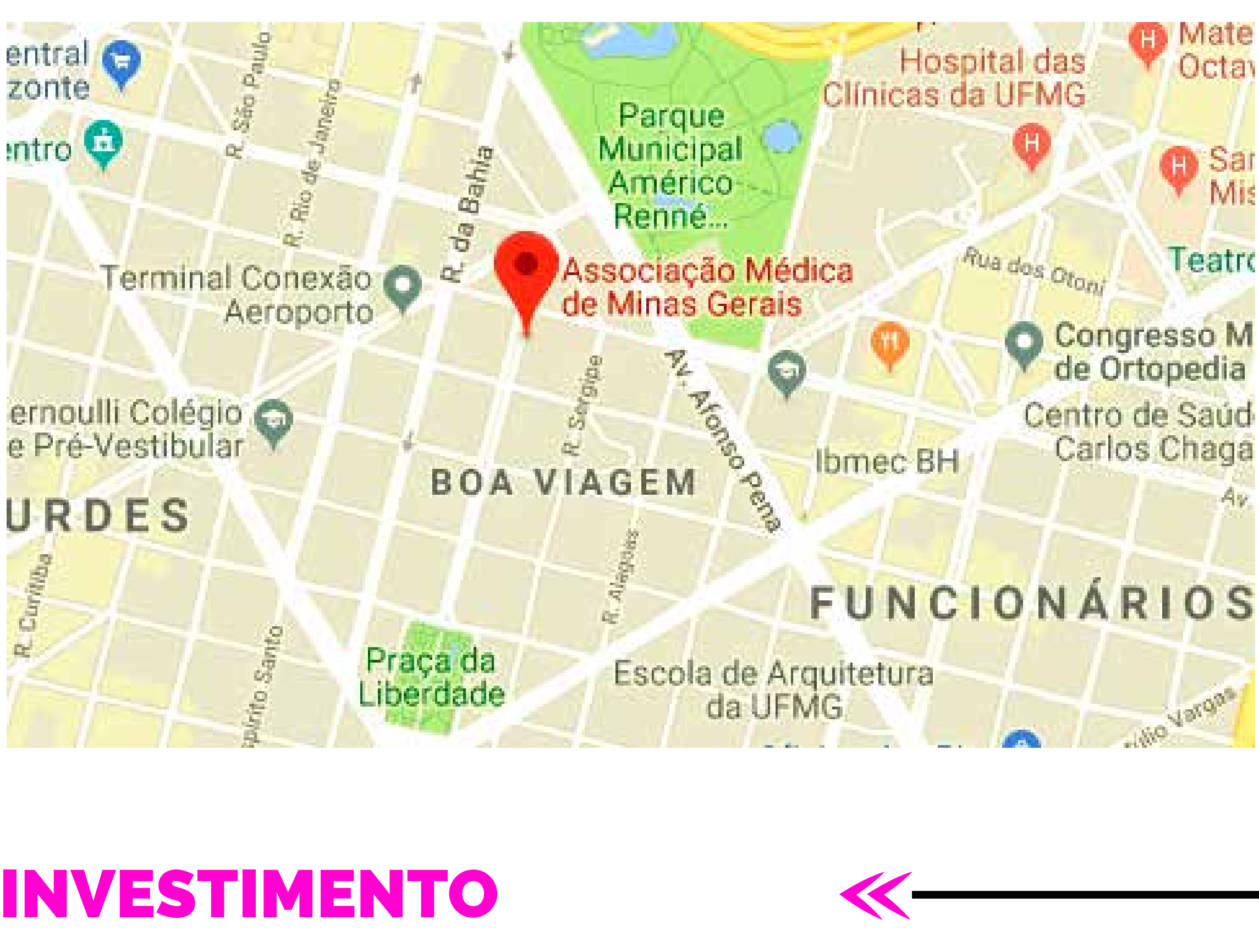
JORGE ROCHA

Jornalista, publicitário e professor universitário com larga experiência acadêmica e de mercado, coordena o MBA em Projetos Digitais. Desenvolve trabalhos focados em Storytelling, Assessoria de Imprensa, Media Training, Gestão do Ensino Superior e Planejamento Estratégico, com ênfase em Transformação Digital. Mestre em Cognição e Linguagem, implantou e coordenou o curso de Produção Publicitária em Balsas (MA), o primeiro curso do gênero em todo o estado, entre 2017 e o primeiro semestre de 2018. Entre 2006 e 2009, Coordenou a pós-graduação de Produção em Mídias Digitais no IEC PUC Minas, contribuindo com a formação de diversos players do mercado de comunicação digital em Minas Gerais.

LOCAL

ASSOCIAÇÃO MÉDICA DE MINAS GERAIS

Av. João Pinheiro, 161 - Centro,
Belo Horizonte - MG,
30130-183


Hospital das Clínicas da UFMG
Parque Municipal Américo Renné...
Associação Médica de Minas Gerais
Terminal Conexão Aeroporto
R. da Bahia
R. São Paulo
R. Rio de Janeiro
Rua dos Otoni
Teatro
Congresso M de Ortopedia
Centro de Saúd Carlos Chaga
Bernoulli Colégio e Pré-Vestibular
BOA VIAGEM
URDES
Av. Afonso Pena
R. Sergipe
R. Alagoas
Ibmec BH
FUNCIONÁRIOS
Praça da Liberdade
Escola de Arquitetura da UFMG
R. Curitiba

INVESTIMENTO

1 Lote: 420 - Até o dia 14/06/2019
2 Lote : 540 – Até o dia 13/07/2019.
3 Lote: 680 – Último lote.

- *Condições especiais para inscrições em grupo.*
- *Alunos e Ex alunos IBN Brasil tem desconto especial.*
- *Parcelamento em até 18X no cartão.*

CANAIS DE COMPRAS

Informações e vendas:

WhatsApp IBN BRASIL:
+55 (11) 94051-4765

ibn@ibnbrasil.com

Coordenação de ensino:
Mariana Lazarine
Mariana.lazarine@ibnbrasil.com

Site:
www.ibnbrasil.com

Instagram
@ibn_brasil

Facebook
@neurobusinessbr

IBN
Instituto Brasileiro de Neuromarketing e Neuroeconomia