

Neurociência aplicada ao Marketing, Publicidade e Design | 12 horas

ENQUADRAMENTO:

Num mundo cada vez mais competitivo, compreender o comportamento humano é essencial para criar estratégias de marketing, publicidade e design mais eficazes. A neurociência aplicada a estas áreas oferece ferramentas científicas para entender como o cérebro processa estímulos visuais, mensagens publicitárias e experiências de marca. Ao integrar conceitos de neuromarketing e neurodesign, os profissionais podem desenvolver campanhas mais impactantes e emocionalmente relevantes, potenciando a atenção, memorização e ação do consumidor. Este curso propõe uma abordagem prática e acessível à neurociência, com foco nos fundamentos essenciais para quem quer elevar o impacto das suas marcas e comunicações.

OBJETIVOS:

- Compreender os fundamentos da neurociência aplicados ao comportamento humano.
- Conhecer os princípios do neuromarketing e da tomada de decisão do consumidor.
- Identificar estímulos que despertam atenção, emoção e memória no marketing.
- Aplicar conceitos de neurodesign à comunicação visual e branding.

DESTINATÁRIOS:

- Profissionais e estudantes de marketing, publicidade, design e comunicação.
- Empreendedores e criadores de conteúdo digital.
- Pessoas interessadas em comportamento do consumidor e neurociência aplicada a negócios.
- Trabalhadores de agências e departamentos criativos.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Módulo 1: Fundamentos de Neurociências

Introdução à Neurociência

- O que é a Neurociência?
- Visão geral do cérebro e as suas funções
- História da Neurociência
- Ramos da Neurociência aplicada a negócios

Neuroanatomia e funções cerebrais

- Principais estruturas cerebrais e as suas funções
- Sinapses e neurotransmissores
- Neuroplasticidade e adaptação comportamental

Bases neurológicas do Comportamento Humano

- Processamento sensorial e percepção
- Tomada de decisão e cognição
- Emoções e comportamento do consumidor

Módulo 2: Neuromarketing – como influenciar decisões de compra

Neuromarketing: conceito e aplicações

- O que é o Neuromarketing?
- Contexto atual e evolução
- Neuromarketing vs marketing tradicional

Do cérebro ao carrinho: como as emoções guiam as compras

- O poder das emoções e dos neurotransmissores nas decisões de compra
- Gatilhos mentais mais eficazes
- A influência do storytelling e do neurodesign no envolvimento emocional
- O efeito da precificação psicológico

Ferramentas e técnicas de Neuromarketing

- Ferramentas de neurociência que decifram desejos ocultos
- Dados neurocientíficos e a sua aplicação em estratégias de marketing

Estudos de caso e Aplicações

Inscrição aqui 

Módulo 3: Neurodesign – como criar peças de comunicação eficazes

Neurodesign: como criar imagens que o cérebro não esquece

- O que é o Neurodesign?
- Como o cérebro vê (e interpreta) o que os olhos veem

Processamento visual: cores, formas e histórias que ativam emoções

- Como o cérebro processa imagens, formas, cores e tipografia
- O impacto das imagens e do storytelling visual na retenção e persuasão

Princípios do Neurodesign: o código visual que persuade o cérebro

- Como o cérebro interpreta o design
- Design persuasivo (contraste, equilíbrio, hierarquia visual)
- Design de embalagens e materiais promocionais baseados em neurociência

Estudos de caso de aplicações para branding, publicidade e interfaces digitais

Módulo 4: NeuroLab – da teoria à prática

Explicação e distribuição do(s) exercício(s) aplicado(s)

Apresentação do(s) exercício(s) pelos formandos

AVALIAÇÃO:

Avaliação contínua decorrente da participação e da realização de um exercício de validação final.

CERTIFICAÇÃO:

Os participantes que participem em pelo menos 90% da duração da ação de formação e obtenham aproveitamento receberão um Certificado de Formação emitido através do Sistema Integrado de Informação e Gestão da Oferta Educativa e Formativa – SIGO.

LOCAL: Formação a distância (*live training*)

Inscrição aqui 

CONDIÇÕES DE ACESSO:

O(A) candidato(a) deverá ler e aceitar as Condições de Participação constantes no Formulário de Inscrição; e deverá facultar os dados e documentos que permitam comprovar a sua identificação para registo e emissão do respetivo Certificado de Formação através plataforma SIGO

Inscrição aqui 