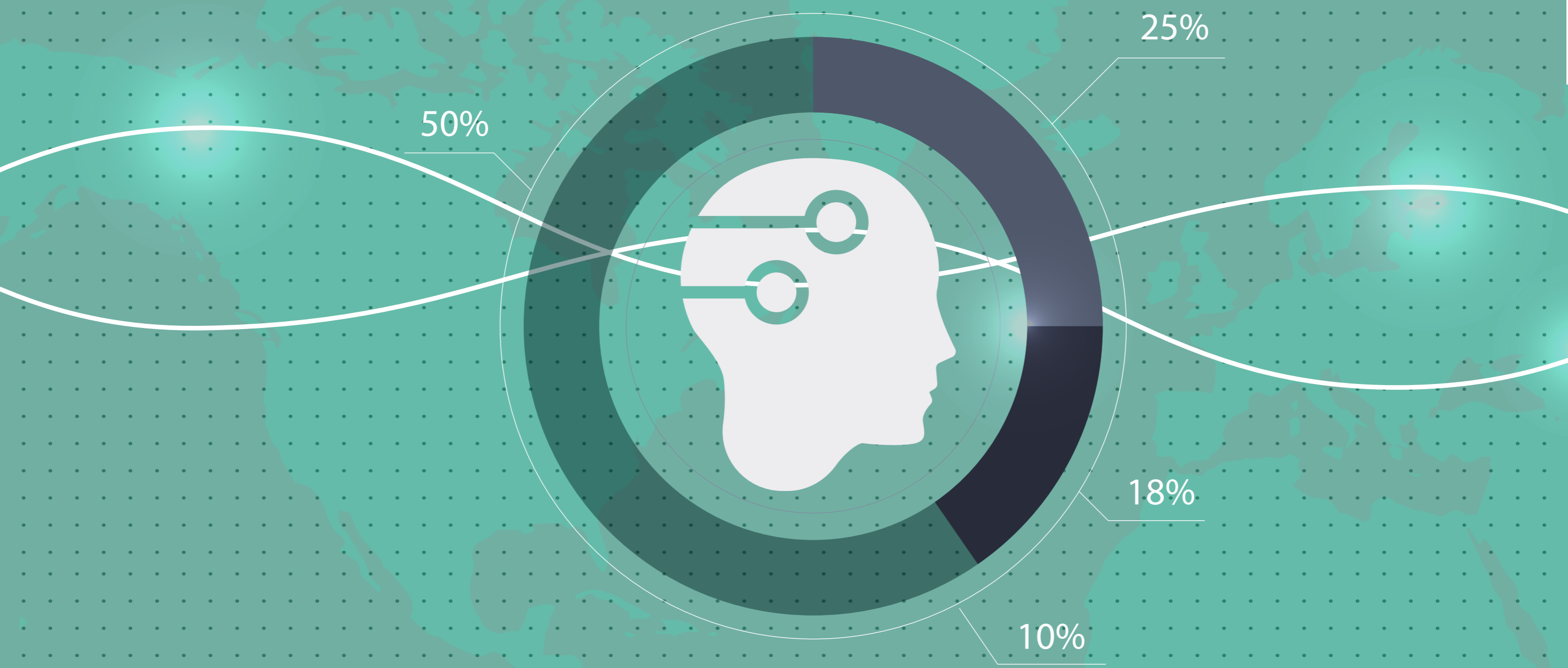
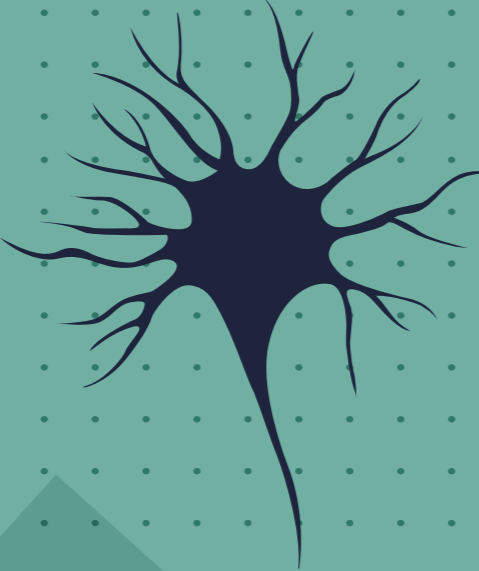


CURSO PRESENCIAL



NEURO MARKETING

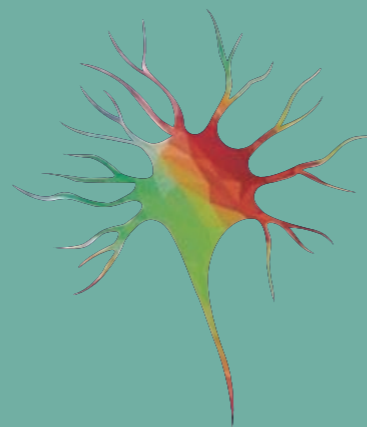
BELO HORIZONTE/MG
15 E 16 DE FEVEREIRO



IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia.

REALIZAÇÃO



IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia



BELO HORIZONTE/MG
PROGRAMAÇÃO
2020

Espaço HOW
Rua Alagoas, 450 - Funcionários

PROGRAMAÇÃO SUJEITA À ALTERAÇÃO

15/02



SÁBADO

🕒 08:30 – 09:00

Welcome Coffee e Credenciamento

🕒 09:00 – 12:30

Professor José Edson Lara



**1º
DIA**

NEUROCIÊNCIAS APLICADA AO MARKETING E AOS NEGÓCIOS

- Introdução em Neurociencia aplicada (Neuromarketing)
- Principais tecnologias e como são utilizadas.
- Uso da Neurociência aplicada em prol da competitividade no mercado.
- O real diferencial competitivo: como ir além do que o mercado vêm oferecendo.
- O cérebro do novo consumidor: comprador, usuário e influenciador. Cada vez mais informado, exigente e consciente.
- O novo papel do empreendedor, através de insights neurocientíficos.
- Neuromarketing aplicado as estratégias de mercado
- Neurociencia aplicada ao consumo.
- Considerações finais.

15/02



SÁBADO

 **12:30 - 14:00 / Almoço**

 **14:00 – 17:30**

Carlos Magno M. Dias



A EMOÇÃO COMO ELEMENTO CENTRAL DOS PROCESSOS SOCIAIS

- O papel das emoções para a vida humana e comportamento.
- Emoções e sentimentos: emoções básicas e secundárias.
- A universalidade das emoções básicas.
- Emoção e tomada de decisão e comportamento de consumo.
- Identificação e medição das emoções.
- O FACS (Facial Action Coding System) : aplicações do FACS para pesquisa, diagnóstico e monitoramento em business.
- Neuromarketing, planejamento estratégico e comunicação.
- Aula prática com Software em análise de expressão facial.
- Considerações finais

16/02



DOMINGO

 **08:30 – 09:00**

Welcome Coffee e Credenciamento

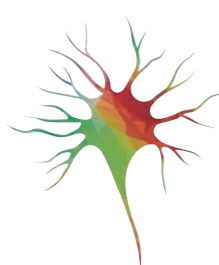
 **09:00 – 12:00**

Professor Jorge Rocha



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.



IBN | Instituto Brasileiro de Neuromarketing e Neuroeconomia

BELO HORIZONTE/MG

16/02

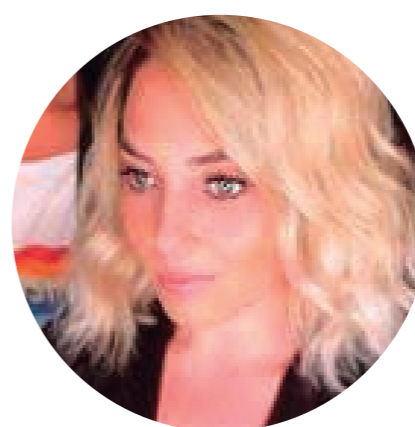


DOMINGO

🕒 **12:00 - 14:00 / Almoço**

🕒 **14:00 - 18:00**

Professora Perla Amabile



**2º
DIA**

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.

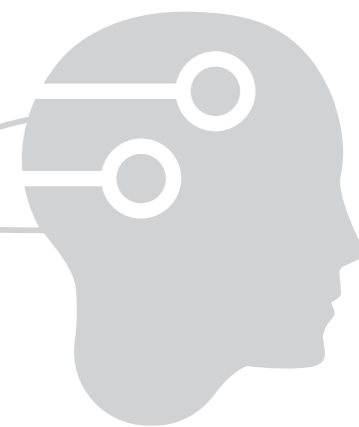


IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia

BELO HORIZONTE/MG

PROFESSORES

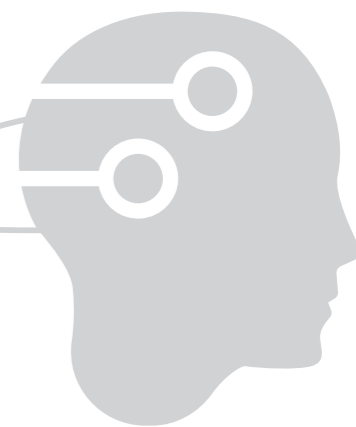


José Edson Lara

Possui o Doutorado em Economia de Empresa, pela Universitat Autònoma de Barcelona (1993), Mestrado em Administração/Marketing/Negócios Internacionais, pela EAESP - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo (1986). É Fellow na Bentley University - Massachusetts - USA. Professor Aposentado como Associado II da UFMG. Foi Professor da UFV e da UFJF. Atuou em 22 Instituições de Ensino Superior. Orientou oito teses de Doutorado e 102 Dissertações de Mestrado. Publicou mais de 70 artigos científicos e técnicos em periódicos acadêmicos e congressos. Publicou quatro capítulos de livros e quatro manuais. Foi agraciado com o Prêmio CAPES Menção Honrosa - Melhor Tese de Doutorado Brasil 2012. É Membro Titular da Câmara de Projetos Especiais da FAPEMIG (Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de Minas Gerais). Foi Diretor Administrativo/Financeiro da Fundação Arthur Bernardes, de apoio à Universidade Federal de Viçosa, por 3,5 anos). Apresentou conferências e trabalhos em nove países. Participou em oito bancas de Professores Titulares em universidades federais e dez bancas de concursos para professores. É Editor-Chefe da Revista Gestão & Tecnologia, desde 2013. É Editor de Economia e Marketing da Ornamental Orticulture. Tem sido referee de periódicos e de publicações científicas brasileiras e de diversos outros países. Atuou como executivo na área de Divulgação Científica da Indústria Farmacêutica na ICN USAFARMA Indústria Farmacêutica. Atualmente é professor titular da Faculdade Pedro Leopoldo. Participa de Grupo de Pesquisa em Neurociência e Marketing na UFMG, USP e UNIFESP. É Sócio-Diretor da Future Consulting, empresa de consultoria em negócios. Prestou consultorias em doze organizações públicas e privadas, no Brasil e no exterior. Atua como acadêmico e consultor na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas, atuando principalmente nos seguintes temas: marketing, administração, em temas como Gestão Estratégica de Negócios, Marketing e Negócios Internacionais.



PROFESSORES



Carlos Magno M. Dias

É Doutorando do Programa de Pós Graduação em Neurociências da UFMG na area de concentração Neurociências, Ciências Sociais Aplicadas e Educação. (aguardando defesa), Investiga aplicações das expressões faciais da emoção aplicados ao Business. consultor, professor universitário.

.....

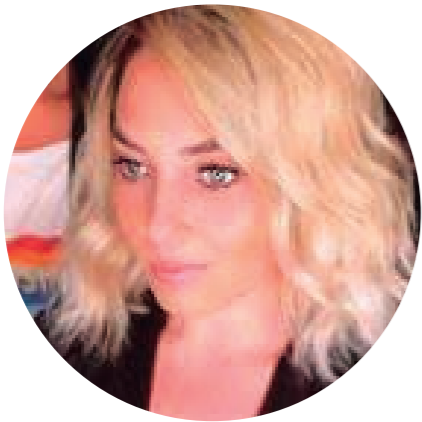


Jorge Rocha

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.

.....

PROFESSORES



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 sociais. Atualmente é mestranda em Neuroeconomia pela Unifesp. Tem experiências com grandes marcas da indústria 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.



O CURSO
INTEGRAL
É DE

14

HORAS

FORMATO

O curso é dividido em blocos.

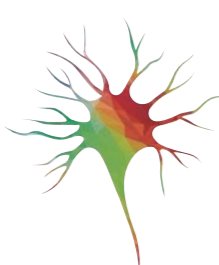
Serão 4 aulas complementares durante a formação.

Cada professor ministrará o conteúdo em um modelo de apresentação específico:

- Aula expositiva
- Apresentação de cases,
- Workshop e palestra.

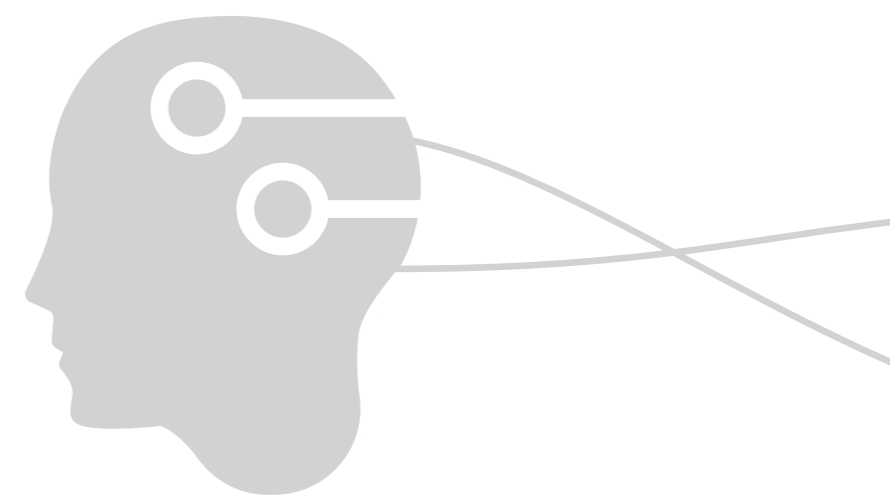
Dessa forma, asseguramos que a experiência e o aprendizado acerca do tema se tornam mais rico e didático, facilitando aos nossos alunos, a condição de replicarem o conteúdo absorvido em sala para os respectivos projetos em que atuam.

Também serão apresentadas ferramentas para auxiliar na discussão e aplicação dos conceitos auferidos na formação.



IBN | Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia

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 utilizar a neurociência aplicada para analisar as escolhas e preferências de seus consumidores.

O workshop capacita o profissional no cenário da neurociência aplicada ao consumo e as variáveis que implicam diretamente num processo de escolha e tomada de decisão. Dispõe-se a instrumentar e munir os participantes de estratégias e insights para compreender e analisar a irracionalidade 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 na escolha e preferência do consumidor: empresários, executivos, administradores, profissionais de marketing, publicidade e propaganda, economia, psicologia, mercadologia, empreendedores e outros.

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.

INVESTIMENTO

1º LOTE

Até 23/01

R\$ 640,

COMPRAR

AGORA

2º LOTE

Até 18/02

R\$ 740,

COMPRAR

AGORA

3º LOTE

Último lote!

R\$ 860,

COMPRAR

AGORA

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



**COMPRE
ANTES DA
VIRADA
DE LOTE!**



IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia

O MAIOR DA AMÉRICA LATINA!

Mais de 29 mil pessoas
já participaram dos nossos cursos.

- @ ibn@ibnbrasil.com
- + 55 (11) 94781-9545
- www.ibnbrasil.com
- ibn_brasil
- IBN Brasil
- 11 94743-6711

Atendimento

Suporte de ensino
Kauê Andrade
kaue.andrade@ibnbrasil.com

+55 (11) 94743-6711

Em caso de cancelamento: Por iniciativa do participante: Será devolvido 80% do valor pago. O cancelamento deverá ser solicitado via e-mail kaue.andrade@ibnbrasil.com, com até 30 dias de antecedência do início do curso. O reembolso será efetuado através de depósito bancário na conta bancária 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.