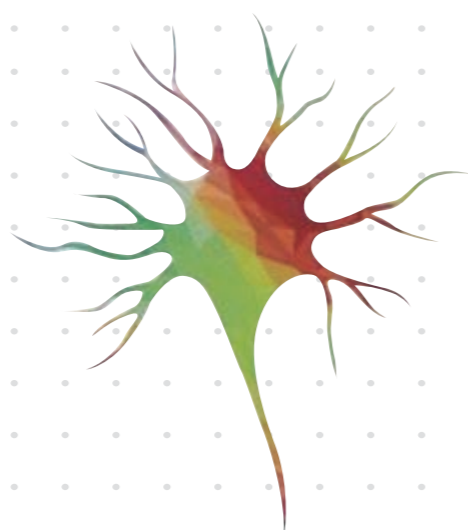


CURSO PRESENCIAL



NEURO MARKETING

FORTALEZA/CE
21 e 22 MARÇO



IBN

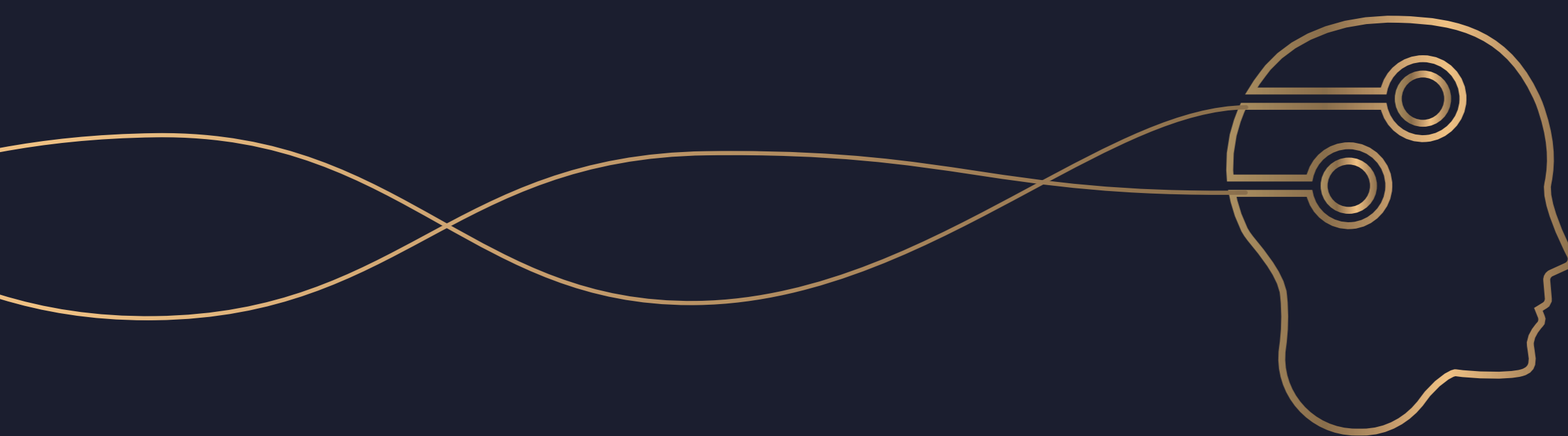
Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia

REALIZAÇÃO



IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia



FORTALEZA/CE
PROGRAMAÇÃO
2020

Local:

Meridional Convenções Center
Av. Santos Dumont, 779
Centro, Fortaleza - CE

PROGRAMAÇÃO SUJEITA À ALTERAÇÃO

21/03



SÁBADO

🕒 **08:30 – 09:00**

Welcome Coffee e Credenciamento

🕒 **09:00 – 12:00**

Tauily Claussen
D'Escragnolle Taunay



NEUROCIÊNCIA APLICADA AO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- Introdução ao neuromarketing e suas aplicações.
- Metodologias de pesquisas.
- Neuromarketing e o comportamento do consumidor nas redes sociais.
- Neuromarketing e estratégias aplicadas à redação publicitária.
- Métricas em Neurociência aplicada ao consumo (neuromarketing).
- Neuromarketing e suas implicações no varejo.
- O passado, presente e futuro.

21/03



SÁBADO

🕒 **12:00 - 14:00 / Almoço**

🕒 **14:00 - 17:30**

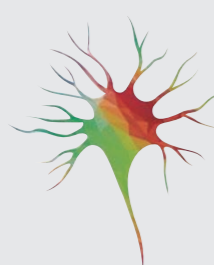
Professor: Igor Batista



**1º
DIA**

NEUROMARKETING APLICADO A COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIAS DE VENDAS

- Fundamentos (sérios) de Neurociências.
- Desconstruindo mitos neurocientíficos
- Neurofisiologia dos Sentidos.
- Neuromarketing e sua complementariedade a pesquisa tradicional
- Impacto do Neuromarketing na predição comportamental
- Processo de tomada de decisão e processamento de escolha (Como tomamos decisões de compra?)
- Métricas: atenção, memorização e engajamento.
- Neurovendas: neurociência aplicada as estratégias de vendas.
- Neurociência aplicada a comunicação
- Análise comportamental: diferenciação de perfis para novos negócios



IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia

FORTALEZA/CE

22/03



DOMINGO

🕒 **08:30 – 09:00**

Welcome Coffee e Credenciamento

🕒 **09:00 – 12:00**

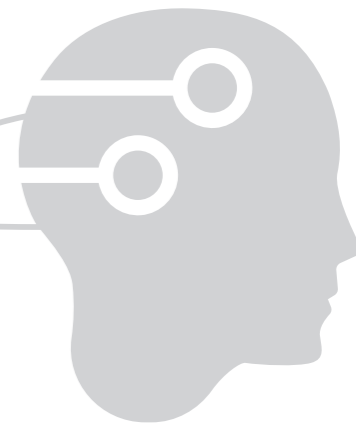
Professor Alexandre Vianna



COMO PROJETAR EXPERIÊNCIAS MULTI-SENSORIAIS IMPACTANTES

- Pesquisa: Neurodesign Science Research.
- Introdução ao Neurodesign.
- Desconstrução do Público-alvo.
- Desconstrução do Mercado.
Geomarketing e Data mining.
- Desconstrução da mensagem.
- Desconstrução das Sensorializações.
- Análogos Multisensoriais.
- Algoritmo multi-critério para experiências multisensoriais. 30min
- Projeto vinculado ao laboratório de inovação da ESPM: LAB3i
- Experiência.
- Perguntas e respostas.

22/03



DOMINGO

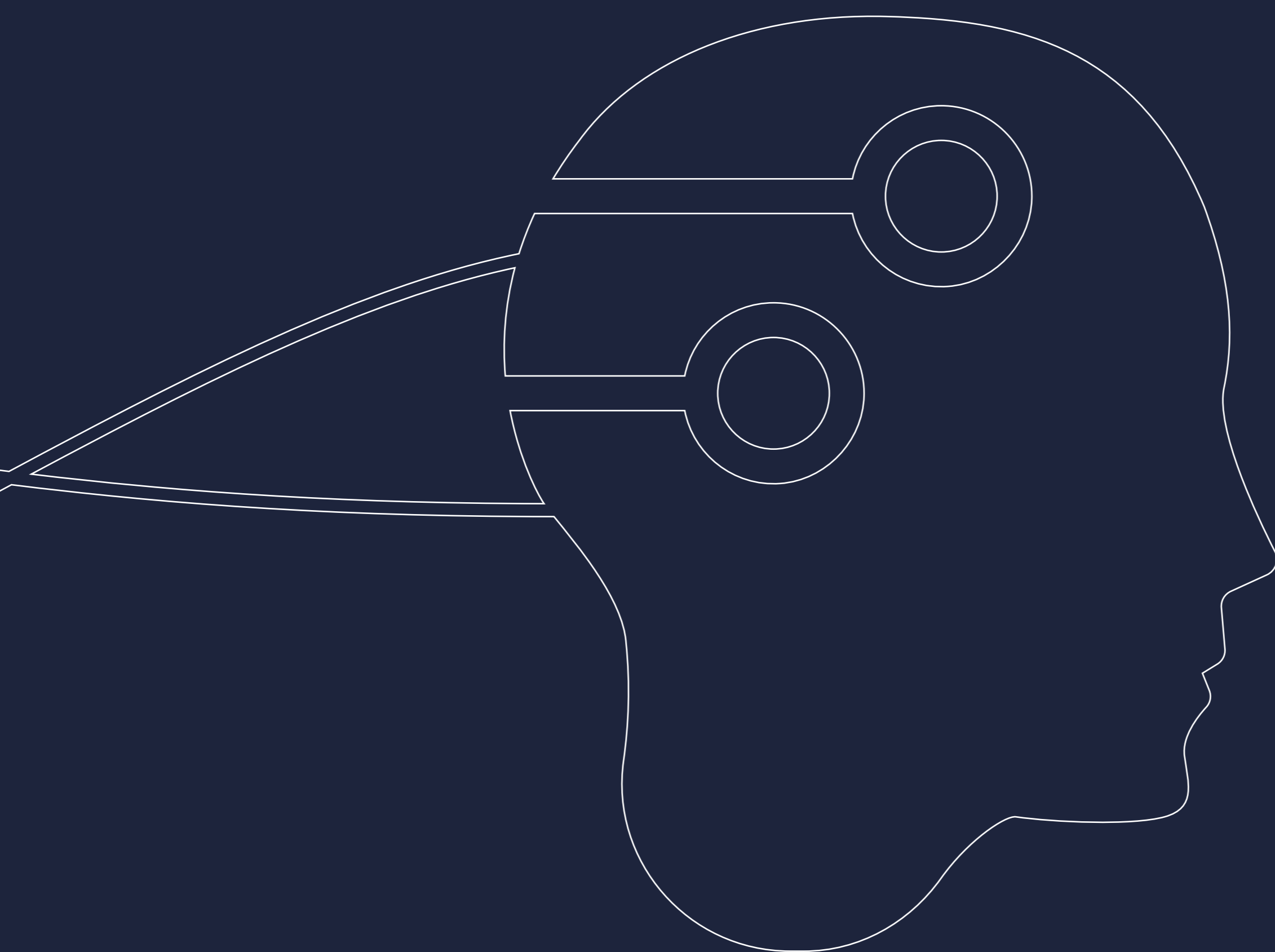
🕒 12:00 - 14:00 / Almoço

🕒 14:00 - 18:00

2º
DIA

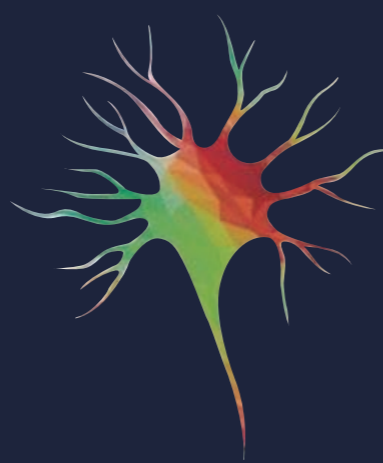
AJUDE-NOS A PREENCHER ESSA AULA!

Ao se inscrever,
nos mande sua sugestão
de tema para que
possamos saber qual
aula podemos incluir
aqui.



FORTALEZA/CE

PROFESSORES



IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia

PROFESSORES



Tauily Claussen D'Escragnolle Taunay

Psicólogo. Doutor em Ciências Médicas - Faculdade de Medicina/UFC. Autor da obra "Neuropsicofisiologia: uma introdução às Neurociências do Comportamento Humano" 3ed Líder do Laboratório de Neurociências e Psicologia Positiva / Unifor. Vice-presidente do IMIND - Instituto de Ensino e Pesquisa em Mindfulness e Neurociências. Sócio fundador da Academia Brasileira de Psicólogos Escritores Docente em Psicologia / Unifor. Docente da pós-graduação em Neurociências e Reabilitação / Unifor. Docente da pós-graduação em Neuromarketing / Unifor

.....

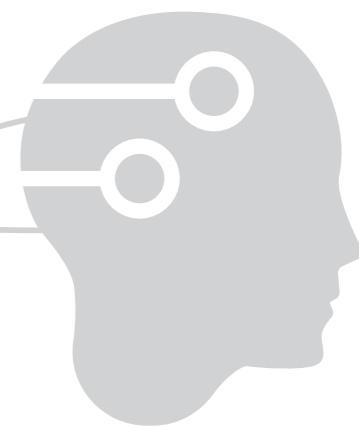


Igor Batista

Igor Batista conta com 15 anos de experiência em treinamentos e mais de uma década 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 e Mestrando em Neuromarketing pela Florida C. University. Atualmente é Consultor e Treinador da iBusiness Consultoria e Professor Convidado da Universidade de Fortaleza e do Instituto Brasileiro Neuromarketing e Neuroeconomia.

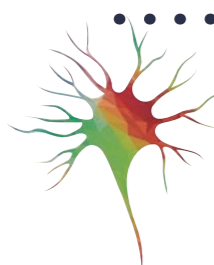
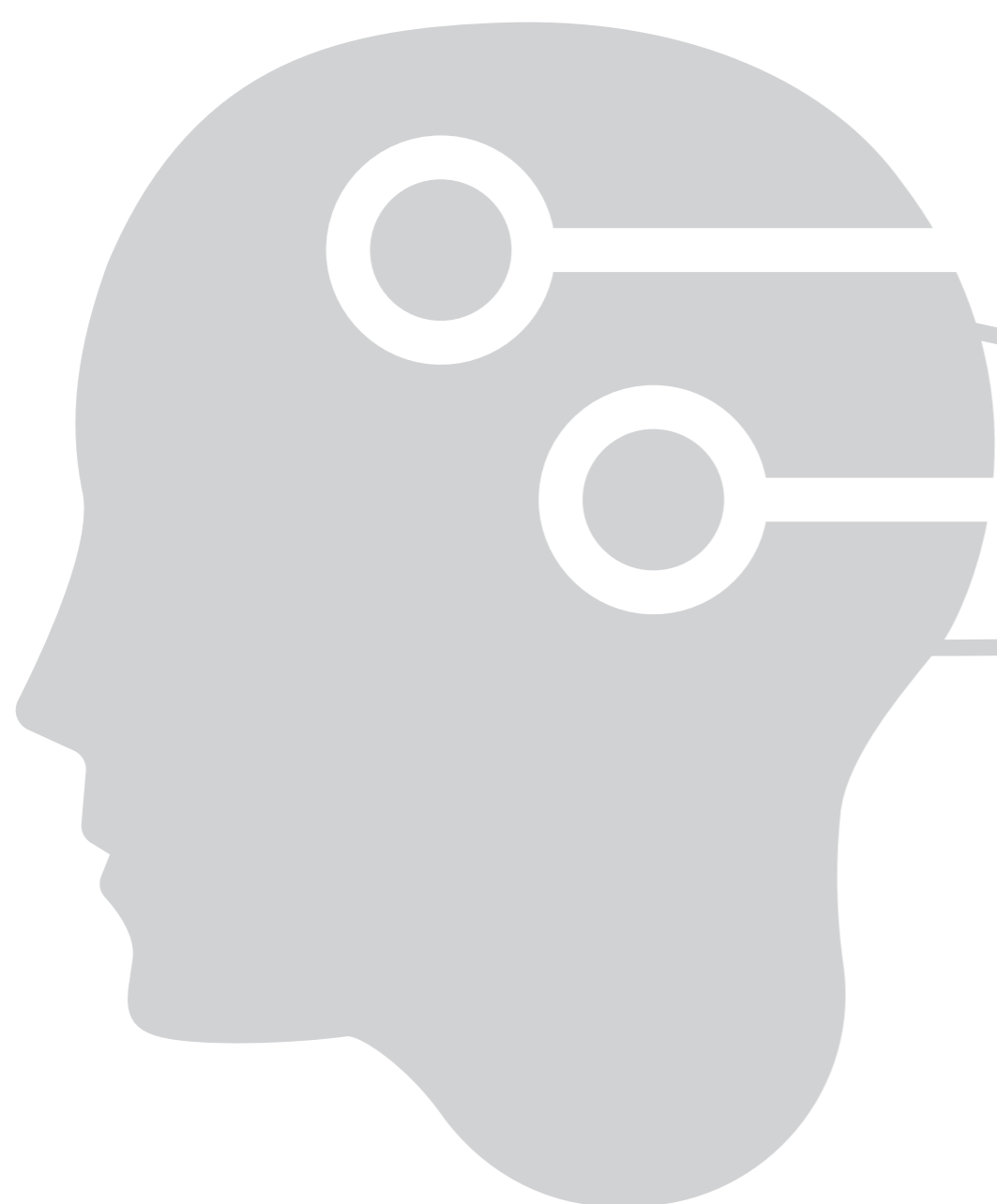
.....

PROFESSORES



Alexandre Vianna

Mestrando em Economia Criativa ESPM-RJ (2019). Mestrado incompleto: Engenharia de Produção UFRJ (2016). Graduação completa em Design c/ HAB. Comunicação visual e ênfase em marketing pela ESPM-RJ (2015). Graduação em Desenho Industrial (atual Design de Produto). Experiente em gerência de projetos de marketing, publicidade e design (planos de marketing estratégico, campanhas de publicidade, ambientação de navios off-shore, web, impressos e comunicação integrada). Desenvolvedor, da metodologia Neurodesign e Fundador do DNA Hub, além de outras empresas no segmento de publicidade e de distribuição, além de diversos cases de sucesso. Indicação ao Prêmio Nacional de Inovação pelos agentes do SEBRAE-RJ e fornecedor das Olimpíadas do RJ.



IBN

Instituto
Brasileiro de
Neuromarketing
e Neuroeconomia

FORTALEZA/CE

O CURSO
INTEGRAL
É DE

14

HORAS

FORMATO

O curso é dividido em blocos.

Serão 4 aulas complementares durante a formação.

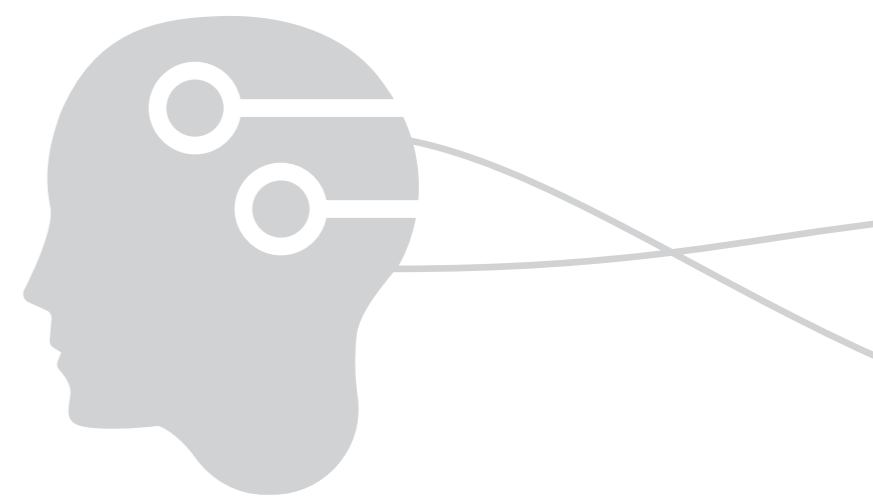
Cada professor ministrará o conteúdo em um modelo de apresentação específico:

- 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.

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 30/01

R\$ 640,

COMPRAR

AGORA

2º LOTE

Até 29/02

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.



Atendimento



+55 (11) 94743-6711

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



ibn@ibnbrasil.com



+ 55 (11) 94781-9545



www.ibnbrasil.com



ibn_brasil



IBN Brasil



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.