

## ÁREA DE FORMAÇÃO: Gestão de Marketing

---

### NEUROMARKETING E COMUNICAÇÃO

---

---

| DATA       | HORÁRIO              | DURAÇÃO  | LOCAL  |
|------------|----------------------|----------|--------|
| 27/11/2025 | 9h30/13h – 14h/16h30 | 12 horas | Lisboa |
| 28/11/2025 | 9h30/13h – 14h/16h30 |          |        |

---

#### OBJETIVO GERAL:

Dotar os participantes de competências baseadas em evidência científica que lhes permitam:

- Compreender o comportamento do consumidor a partir de princípios neurocientíficos;
  - Reconhecer os fatores que influenciam a atenção, a emoção e a decisão;
  - Aplicar o conhecimento ao planeamento de campanhas de comunicação, design de experiências, criação de conteúdos, UX e posicionamento de marca;
  - Traduzir insights neurocientíficos em estratégias eficazes para ambientes digitais e físicos.
- 

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

No final da formação, os participantes serão capazes de:

- ✓ Reconhecer as bases do funcionamento cerebral;
  - ✓ Explicar a teoria do cérebro trino e o seu impacto na criação de mensagens eficazes;
  - ✓ Identificar os gatilhos emocionais e cognitivos que influenciam a decisão;
  - ✓ Definir neuromarketing e identificar os seus benefícios na
-

## CONTEÚDOS:

| Tema                                                       | Carga horária | Conteúdos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Introdução ao Neuromarketing                               | 1h            | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conceito e contexto: o que é neuromarketing?</li> <li>➤ Diferença entre marketing tradicional e marketing orientado ao cérebro.</li> <li>➤ Cérebro racional vs emocional: introdução ao subconsciente na decisão de compra.</li> </ul>                                                                                  |
| Introdução ao funcionamento do Cérebro e Tomada de Decisão | 2h            | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Teoria do cérebro trino (reptiliano, límbico e neocórtex).</li> <li>➤ Processo de atenção, emoção e decisão.</li> <li>➤ Heurísticas, vieses e atalhos mentais.</li> </ul>                                                                                                                                               |
| Emoções e Gatilhos Subconscientes                          | 3h            | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Emoções como guia da decisão</li> <li>➤ Gatilhos emocionais (ex: escassez, autoridade, prova social, reciprocidade).</li> <li>➤ Como ativar o sistema límbico e reptiliano.</li> </ul>                                                                                                                                  |
| Aplicar os conceitos na comunicação e publicidade          | 2h            | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Como diagnosticar a dor emocional da persona.</li> <li>➤ Definição e diferenciação de Claims: o que promete, como se diferencia.</li> <li>➤ Demonstração de benefícios sensoriais e emocionais.</li> <li>➤ Técnicas para comunicar com o cérebro reptiliano (ex: simplicidade, contraste, urgência, visual).</li> </ul> |
| Neuromarketing no Digital e UX                             | 2h            | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aplicações em websites, apps, redes sociais</li> <li>➤ Experiência de utilizador e tempo de atenção</li> <li>➤ Microinterações e estímulos sensoriais.</li> </ul>                                                                                                                                                       |
| Apresentação dos Projetos e Conclusão                      | 2h            | <p>Apresentação dos trabalhos pelos grupos</p> <p>Feedback coletivo (entre pares e do formador)</p> <p>Conclusões e possíveis aplicações práticas no contexto real dos participantes</p>                                                                                                                                                                         |

**PREÇO ASSOCIADO: 190€+IVA**

**PREÇO NÃO ASSOCIADO: 250€+IVA**

#### FORMADOR: CATARINA ALVES RIBEIRO

Licenciada em Marketing, com especialização em Estratégia e Marketing Digital pela EDIT. – Disruptive Digital Education. Formou-se em Neuromarketing pela Copenhagen Business School e pelo ISAG – European Business School, e aprofundou a vertente científica com Medical Neuroscience pela Duke University. Mestre em Neurociências Cognitivas e Comportamentais na Universidade Católica Portuguesa e no ISPA – Instituto Universitário.

O seu percurso profissional integrou áreas como eventos, comunicação, hotelaria e imobiliário, tendo passado por agências e marcas como a Ativism, Monday Interactive Marketing, NAU Hotels & Resorts, Portugal Sotheby's International Realty e Coldwell Banker.

É fundadora da Brainding – Communication with Brain, consultora em neurociências aplicadas à comunicação, onde desenvolve projetos em diversas áreas, como imobiliário (The Agency RE), saúde (António Gaspar – Physiotherapy & Performance) e farmácia (FAHMA), entre outros.

É também fundadora da Associação Portuguesa de Neuromarketing (APN), organização que promove a aplicação ética e científica das neurociências ao marketing e à comunicação em Portugal.