

ÁREA DE FORMAÇÃO: DESENVOLVIMENTO PESSOAL

CONSUMO E DECISÃO: PSICOLOGIA APLICADA AO MARKETING

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
18/11/2026	9h/13h -14h/18h	12 horas	Presencial
19/11/2026	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Compreender os fundamentos atuais das ciências comportamentais e a sua aplicação prática, e eficaz, à área do marketing.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Analisar a importância histórica, e atual, das ciências comportamentais para a área do marketing e comunicação.
 - ✓ Compreender o processo de persuasão e os componentes cognitivos e emocionais envolvidos na tomada de decisão.
 - ✓ Questionar os conceitos tradicionais do marketing (por exemplo, *top of mind*, *brand loyalty* ou *brand positioning*) à luz da investigação atual sobre o consumidor.
 - ✓ Dar a conhecer técnicas e ferramentas de compreensão de emoções e comportamentos oriundas da psicologia.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
A relação íntima atual entre as ciências comportamentais e o marketing	2h	➤ A influência histórica da psicologia no marketing e a importância atual do conceito de “previsibilidade irracional” humana.
Marketês: Como pensam os humanos?	4h	➤ Conceitos tradicionais do marketing (top of mind, brand familiarity e brand consistency) à luz da psicologia atual e as suas consequências para o negócio.
▪ Persuasão: Como decidem os humanos?	2h	➤ Atitudes vs Comportamentos vs Intenções: Os 7 princípios persuasivos de Robert Cialdini.
Emoções: Como sentem os humanos?	2h	➤ A relação dos diferentes tipos de emoções e o seu efeito direto em brand loyalty e brand love.
Consumidor vs Humano vs Agentes de IA	2h	➤ Ferramentas de mapeamento emocional e comportamental na era da inteligência artificial.

PREÇO ASSOCIADO: 240€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 310€+IVA

FORMADOR: RICARDO FONSECA

É licenciado e doutorado em Psicologia Social pelo Ispa e pela Universidade da Califórnia, Santa Barbara.

Desde 2010, aplica o conhecimento das ciências comportamentais à construção de estratégias de comunicação para marcas de diferentes setores, com experiência tanto em agências (JWT, Wunderman Thompson, COMMON e Uzina), como no setor público, enquanto assessor de comunicação na Câmara Municipal de Lisboa.

É professor no ISPA há mais de 15 anos, lecionando a cadeira de Psicologia do Marketing, e colabora regularmente com artigos de opinião na revista Visão.

Em 2020, fundou o Coletivo Humanário, projeto criado em plena pandemia com a missão de aproximar empresas, governos e cidadãos do conhecimento sobre como os humanos sentem, pensam e se comportam.