ACADEMIA apan

ÁREA DE FORMAÇÃO: Gestão de Marketing

NEUROMARKETING & COMUNICAÇÃO

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
13/01/2027 14/01/2027	9h30/13h – 14h/16h30 9h30/13h – 14h/16h30	12 horas	Lisboa

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 comunicação e publicidade;
- ✓ Aplicar estes conceitos em estratégias de conteúdo, branding, pricing e experiência digital.

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Introdução ao Neuromarketing	1h	➢ Conceito e contexto: o que é neuromarketing? ➢ Diferença entre marketing tradicional e marketing orientado ao cérebro. ➢ Cérebro racional vs emocional: introdução ao subconsciente na decisão de compra.
Introdução ao funcionamento do Cérebro e Tomada de Decisão	2h	➢ Teoria do cérebro trino (reptiliano, límbico e neocórtex). ➢ Processo de atenção, emoção e decisão. ➢ Heurísticas, vieses e atalhos mentais.
Emoções e Gatilhos Subconscientes	3h	➢ Emoções como guia da decisão ➢ Gatilhos emocionais (ex: escassez, autoridade, prova social, reciprocidade). ➢ Como ativar o sistema límbico e reptiliano.
Aplicar os conceitos na comunicação e publicidade	2h	➢ Como diagnosticar a dor emocional da persona. ➢ Definição e diferenciação de Claims: o que promete, como se diferencia. ➢ Demonstração de benefícios sensoriais e emocionais. ➢ Técnicas para comunicar com o cérebro reptiliano (ex: simplicidade, contraste, urgência, visual).
Neuromarketing no Digital e UX	2h	➢ Aplicações em websites, apps, redes sociais ➢ Experiência de utilizador e tempo de atenção ➢ Microinterações e estímulos sensoriais.
Apresentação dos Projetos e Conclusão	2h	Apresentação dos trabalhos pelos grupos Feedback coletivo (entre pares e do formador) Conclusões e possíveis aplicações práticas no contexto real dos participantes

PREÇO ASSOCIADO: 240€+IVA **PREÇO NÃO ASSOCIADO: 310€+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.