

CURSO
NEUROMARKETING

DOCENTE

46 HORAS (15 HORAS SÍNCRONAS
E 31 HORAS ASSÍNCRONAS)

MAIS VALIAS: Adquirir compreensão sobre o comportamento do consumidor de uma maneira mais profunda e precisa, através do estudo de respostas do cérebro dos consumidores a estímulos de marketing;



MÓNICA
LÁRIO MACHADO

ONLINE | PÓS-LABORAL

300€



NOÇÕES DE NEUROBIOLOGIA

- Sistema nervoso
- O Cérebro
- Neurotransmissores
- Sistemas sensoriais;

MÉTODOS DE INVESTIGAÇÃO

- Ressonância magnética
- Eletroencefalografia (EEG)
- Eletrocardiograma (ECG)
- Tomografia (TAC)
- Eletromiografia facial
- Pupilometria;

CONHECER O CONSUMIDOR

- Perfis de consumidores
- Motivações para o consumo
- Crenças
- Vieses cognitivos
- Tomada de decisão;

NEURODESIGN

- Design emocional
- Cores e formas
- Saliência visual
- Densidade proposicional
- Regra dos terços
- Packaging;

NEUROVENDAS

- Benchmarking
- Efeito priming
- Efeito manada
- Efeito halo
- Efeito isca
- Aversão à perda
- Pricing
- Espaços de consumo;

DOCENTE

MÓNICA LÁRIO MACHADO

Empreendedora e consultora empresarial para projetos digitais na área do comércio eletrónico, com especialização em Neuromarketing para os Negócios pelo Instituto Superior de Administração e Gestão do Porto e pós-graduada em Neuroeducação pelo Instituto Português de Psicologia.

Docente de Neuromarketing em 2021 no Instituto Superior de Gestão e Administração (ISLA), de Marketing Digital na Associação Empresarial da Região de Leiria (NERLEI), e formadora / consultora na área do Comércio Eletrónico em várias entidades privadas a nível nacional, tendo também sido responsável pelo desenvolvimento de projetos de formação na área das neurociências aplicadas ao consumo e psicologia do consumidor para empresas para Portugal, Angola e Cabo Verde.

Com formação de base em Marketing e Comunicação, especialização em Marketing Digital, exerce como consultora estratégica, apoiando pequenas e médias empresas no desenvolvimento e otimização de plataformas de comércio eletrónico, implementando soluções de merchandising aplicadas ao contexto digital. Desde 2020 que se dedica maioritariamente à formação de equipas de Marketing e Comércio Eletrónico para empresas do setor do grande consumo e serviços, tendo inclusive participado enquanto oradora em 12 seminários em Portugal e Angola. A sua intervenção incide na compreensão profunda do ser humano como sendo a chave para estabelecer relações duradouras entre empresas e clientes, catalisando a conversão de leads em parcerias de valor inestimável.