

# Programa Avançado

## Neuromarketing e Psicologia do Consumidor





## Programa Avançado Neuromarketing e Psicologia do Consumidor

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Dirigido a: graduados que tenham concluído anteriormente qualquer curso superior nas áreas de Ciências Sociais, Jurídicas, Administrativas ou Empresariais, bem como no âmbito do Marketing e da Publicidade

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/escola-de-negocios/programa-avancado/programa-avancado-neuromarketing-psicologia-consumidor](http://www.techtute.com/br/escola-de-negocios/programa-avancado/programa-avancado-neuromarketing-psicologia-consumidor)

# Índice

01	Boas-vindas	pág. 4	02	Por que estudar na TECH?	pág. 6	03	Por que o nosso programa?	pág. 10	04	Objetivos	pág. 14
			05	Estrutura e conteúdo	pág. 20	06	Metodologia	pág. 28	07	Perfil dos nossos alunos	pág. 36
			08	Direção do curso	pág. 40	09	Impacto para a sua carreira	pág. 44	10	Benefícios para a sua empresa	pág. 48
									11	Certificado	pág. 52

# 01

# Boas-vindas

Saber o que se passa na mente do consumidor diante de um processo de compra é um fator determinante no Neuromarketing, pois permite que seus profissionais adaptem as estratégias comerciais às necessidades dos clientes com base nas emoções que emanam deles diante de um estímulo publicitário. Nesse campo, a psicologia desempenha um papel fundamental por meio de seu conhecimento especializado dos padrões de processamento de informações na memória e na consciência do indivíduo. É por isso que a TECH considerou necessário desenvolver um programa que se concentra precisamente nessa área, permitindo que os profissionais de marketing trabalhem no aperfeiçoamento de suas habilidades por meio de um programa 100% online. Essa é uma experiência que, sem dúvida, representará um avanço em sua carreira por meio de uma especialização em Neuromarketing de alto nível.



**Programa Avançado em Neuromarketing e Psicologia do Consumidor**  
**TECH Universidade Tecnológica**



“

*Um programa que se concentra na aliança necessária entre a Psicologia e o Neuromarketing por meio do estabelecimento de estratégias que unem essas duas áreas para a realização de projetos comerciais bem-sucedidos”*

02

# Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, um modelo com os mais altos padrões acadêmicos. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

*A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo a alcançar o sucesso empresarial”*

## Na TECH Universidade Tecnológica



### Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com alto reconhecimento internacional que proporcionará aos alunos o conhecimento necessário para se desenvolverem em um mundo dinâmico, onde a inovação deve ser a principal aposta de todo empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



### Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

**95%**

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



### Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

**+100.000**

gestores capacitados a cada ano

**+200**

nacionalidades diferentes



### Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

**+500**

Acordos de colaboração com as melhores empresas



### Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento.



### Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.



A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:



### Análise

---

A TECH explora o lado crítico do aluno, sua capacidade de questionar as coisas, suas habilidades interpessoais e de resolução de problemas.



### Excelência acadêmica

---

A TECH coloca à disposição do aluno a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método Relearning (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



### Economia de escala

---

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade.



### Aprenda com os melhores

---

Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



*Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico"*

03

# Por que o nosso programa?

Fazer o programa de estudos da TECH significa multiplicar suas chances de alcançar o sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que requer esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. O aluno irá aprender com a melhor equipe de professores e através da mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

*Contamos com um corpo docente de prestígio e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação do mais alto nível acadêmico”*

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

### Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo.

*70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.*

02

### Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

*Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.*

03

### Consolidar o aluno na gestão empresarial

Estudar na TECH significa abrir as portas para um cenário profissional de grande importância, para que o aluno possa se posicionar como um gestor de alto nível, com uma ampla visão do ambiente internacional.

*Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.*

04

### Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

*45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.*

05

### Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

*Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.*

06

### Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

*20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.*

07

### Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

*Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsiona a sua carreira.*

08

### Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

*Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.*

# 04 Objetivos

Os inúmeros estudos realizados na área de marketing determinaram que a psicologia e os hábitos do consumidor estão intimamente relacionados, algo em que os profissionais de marketing devem se concentrar para obter os melhores resultados nas campanhas que apresentam. Com base nisso, o objetivo deste Programa Avançado é fornecer aos alunos informações que lhes permitam obter uma visão ampla, especializada e atualizada do Neuromarketing e sua aplicação no ambiente de negócios atual.



“

*Quanto mais ambiciosas forem suas metas, mais você poderá aproveitar as 450 horas de conteúdo diversificado e multidisciplinar incluídas neste programa"*

A TECH torna os objetivos de seus alunos seus próprios  
Trabalhamos juntos para alcançá-los.

O Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor capacita o aluno para:

01

Compilar processos de análise de oportunidades de mercado, avaliando as necessidades de mudança do ambiente que demonstram a necessidade de alinhar coerentemente as ações de um plano de marketing com os resultados dos estudos de Neuromarketing

04

Identificar o comportamento de compra do consumidor em diferentes canais de distribuição físicos e digitais

02

Desenvolver uma visão comum de planos de ação baseados em neuromarketing com os valores da organização, o que possibilitará especificar objetivos gerais e específicos, bem como analisar e medir os resultados do neuromarketing aplicado

03

Estabelecer fórmulas de trabalho que incluam a aplicação do conhecimento de neuromarketing para criar, definir e transmitir ao mercado-alvo os valores da organização, de acordo com os objetivos e princípios éticos da organização



05

Avaliar e comprovar o papel das emoções nos processos de decisão de compra do consumidor para gerar experiência de marca do usuário

06

Apresentar a convergência da neurociência e do marketing e identificar as diferentes tecnologias e técnicas usadas na disciplina de Neuromarketing

07

Compilar as vantagens e desvantagens das técnicas de Neuromarketing, propor os princípios éticos de seu uso e examinar os desafios dessas técnicas

08

Desenvolver o pensamento crítico orientado para o rigor científico, permitindo o estabelecimento de teorias e aplicações práticas de alto valor



09

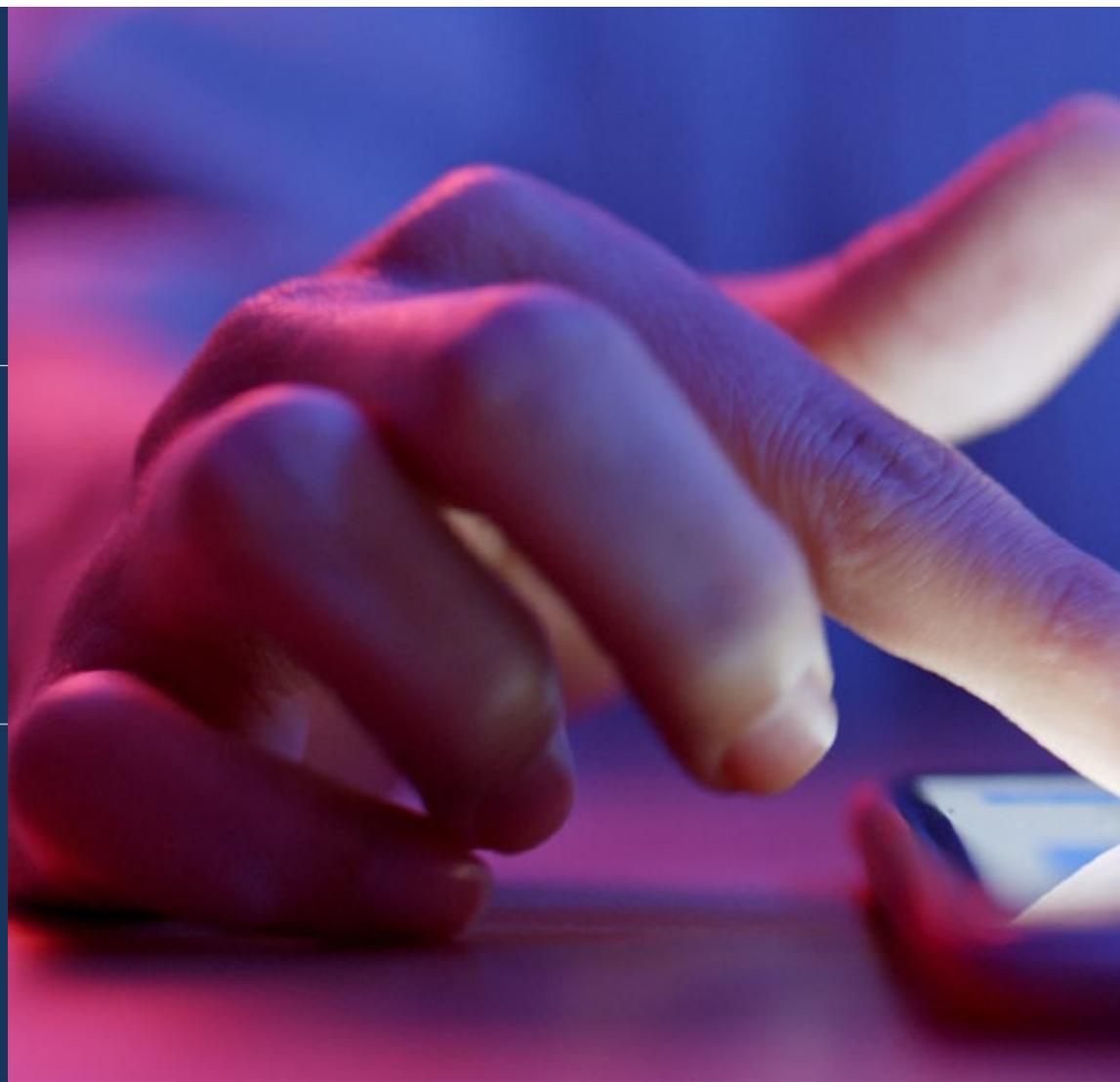
Examinar as leis da percepção que nos ajudam a entender por que vemos o mundo da forma como vemos e o que fica de fora de nossa percepção

10

Compreender tanto os processos limpos de raciocínio quanto aqueles distorcidos por vieses e erros que convergem nos processos de decisões de compra, uso e consumo

11

Identificar os fatores mais relevantes que fazem com que as informações cheguem às pessoas da maneira que desejamos





12

Analisar os motivos que levam as pessoas a agir de determinada maneira em seu relacionamento com marcas, produtos e serviços

---

13

Fundamentar os processos emocionais essenciais, bem como a expressão e a identificação de emoções como ponto de partida para uma boa gestão de Neuromarketing

---

14

Definir os mecanismos fundamentais de mudança comportamental e emocional por meio de condicionamento que facilitam a implementação bem-sucedida do Neuromarketing

# 05

## Estrutura e conteúdo

A TECH tem consciência de que uma experiência acadêmica presencial com uma série de horários restritos é uma dificuldade que impede muitos profissionais de se especializarem em suas áreas de interesse. Por esse motivo, toda a variedade de cursos oferecidos por essa universidade é apresentada em um formato prático e acessível 100% online, permitindo que os alunos elaborem seu próprio plano de estudos. Além de permitir que o estudante se conecte quando quiser, de onde quiser, graças à compatibilidade do seu Campus Virtual com qualquer dispositivo com a conexão à Internet, seja através de um tablet, PC ou telefone celular.



“

*As 450 horas de conteúdo diversificado desse programa serão apresentadas em um Campus Virtual de última geração que poderá ser acessado de qualquer dispositivo com conexão à Internet”*

## Plano de estudo

A elaboração do plano de estudos deste Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor foi elaborada, como não poderia deixar de ser, pela equipe de professores, que trabalhou intensamente durante meses para elaborar um programa de estudos à altura da melhor experiência acadêmica do mercado atual. Como resultado, os alunos poderão trabalhar conscientemente em sua especialização com a garantia de ter as informações mais completas e atualizadas do setor.

Você terá acesso a 450 horas de material multidisciplinar, no qual, além do conteúdo teórico, encontrará: vídeos detalhados, artigos de pesquisa, leituras complementares, resumos dinâmicos de cada unidade, exercícios de autoconhecimento e muito mais material. Isso permitirá que você expanda cada seção de forma personalizada, adaptando a experiência acadêmica às suas exigências e necessidades.

Além disso, você contará com estudos de caso baseados em situações reais de negócios, que lhe permitirão aperfeiçoar suas habilidades para tomar decisões eficazes, levando em conta o componente cognitivo do cliente, bem como os padrões e as tendências de consumo que estão dominando o mercado atual. Tudo isso permitirá que você aumente consideravelmente a qualidade de seu perfil profissional, elevando seu talento ao máximo e aumentando suas chances de obter uma posição de prestígio no contexto empresarial em que você trabalha.

Este Programa Avançado ocorre durante 6 meses e está dividido em 3 módulos:

### Módulo 1

Implementação do neuromarketing nas empresas: um caminho sem retorno

### Módulo 2

Psicologia aplicada à prática do neuromarketing

### Módulo 3

Psicologia do consumidor: o impacto da memória e da personalidade nos processos de compra



### Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de realizar este Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor totalmente online. Durante os 6 meses de capacitação, o aluno terá acesso a todo o conteúdo do curso a qualquer momento, o que lhe permitirá autogerenciar seu tempo de estudo.

*Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional.*

**Módulo 1. Implementação do neuromarketing nas empresas: um caminho sem retorno**

**1.1. A disciplina do neuromarketing**

- 1.1.1. Pilares do neuromarketing: identificar e implementar
- 1.1.2. Neurociência aplicada ao Marketing
- 1.1.3. Áreas de aplicação das ações de neuromarketing

**1.2. Coerência entre a estratégia de marketing e as ações de neuromarketing**

- 1.2.1. Neuromarketing na estratégia como princípio do processo de ação
- 1.2.2. Análise do contexto interno e externo da empresa do ponto de vista do neuromarketing
- 1.2.3. Implementação de um plano estratégico de neuromarketing

**1.3. Definição de objetivos, medição de resultados e conexão com clientes com uma visão de neuromarketing**

- 1.3.1. Objetivos do plano de neuromarketing
- 1.3.2. Medição dos resultados e sua aplicação para a marca
- 1.3.3. As necessidades dos consumidores como base de sua conexão emocional com a marca

**1.4. Comportamento e psicologia do consumidor**

- 1.4.1. Mercados de consumo e comportamento de compra dos consumidores
- 1.4.2. O processo de decisão de compra no canal físico
- 1.4.3. Processo de decisão de compra no canal online

**1.5. O poder das emoções no comportamento do consumidor**

- 1.5.1. Emoções e seu papel nas decisões de compra
- 1.5.2. Marketing dos sentimentos. Ativação dos cinco sentidos
- 1.5.3. A experiência como sexto sentido

**1.6. Marketing experiencial: o espaço que deve ser construído pela marca**

- 1.6.1. Inovação no mix de comunicação considerando o neuromarketing
- 1.6.2. Excelência no ponto de venda físico
- 1.6.3. Excelência nos canais digitais

**1.7. A criação de valor de marca que se conecta com as emoções**

- 1.7.1. Estratégias de pesquisa para identificar os estímulos de atração do consumidor
- 1.7.2. Definição da proposta de valor da marca respaldada em dados científicos
- 1.7.3. Limitações do neuromarketing de acordo com os canais físicos e online

**1.8. Transformação da pesquisa de mercado através do neuromarketing**

- 1.8.1. Tipos de ações de neuromarketing com base no plano de Marketing
- 1.8.2. Combinação de métodos qualitativos e quantitativos no plano de ação de neuromarketing
- 1.8.3. Trabalho exploratório em laboratórios e trabalho de campo

**1.9. Branding e neuromarketing. Parceria bem-sucedida**

- 1.9.1. Neuromarketing a serviço da construção de marcas fortes
- 1.9.2. Pontos de equivalência e pontos de diferença: quando vender mais é a consequência
- 1.9.3. Seleção do mercado-alvo: como o neuromarketing nos ajuda

**1.10. Ética no neuromarketing**

- 1.10.1. Princípios éticos do neuromarketing como uma técnica de pesquisa de mercado
- 1.10.2. Vantagens e desvantagens da implementação de técnicas de neuromarketing
- 1.10.3. Os desafios do neuromarketing a médio e longo prazo

**Módulo 2. Psicologia aplicada à prática do neuromarketing**

<b>2.1. Psicologia e neuromarketing: uma aliança necessária</b> 2.1.1. Psicologia do consumidor 2.1.2. Pesquisa em psicologia aplicada ao neuromarketing 2.1.3. A psicologia dos processos essenciais aplicados ao neuromarketing	<b>2.2. Sensações e percepções no processo de decisão de compra</b> 2.2.1. As leis das sensações 2.2.2. Mecanismos de percepção 2.2.3. Atenção nos contextos de compras	<b>2.3. Como o consumidor processa as informações e como isso se relaciona com as atividades de um bom neuromarketing</b> 2.3.1. Psicologia cognitiva nos processos de consumo 2.3.2. Ciência cognitiva. Tendências atuais que relacionam os objetivos do consumidor com as propostas que ele recebe como mercado-alvo 2.3.3. Níveis de análise dos processos cognitivos	<b>2.4. Memória e consciência: o que um consumidor lembra e o que esquece</b> 2.4.1. Memória e intenção 2.4.2. Memória e atenção 2.4.3. Automaticidade e memória
<b>2.5. Cognição e habilidades mentais: implicações para os processos de consumo</b> 2.5.1. Psicologia do pensamento, processamento de informações em contextos de consumo 2.5.2. Enviesamentos e heurística, como nos enganamos a nós mesmos com a mente 2.5.3. Estudo da inteligência presente nos processos de compra, uso e consumo	<b>2.6. Neuromarketing da comunicação: uso da linguagem</b> 2.6.1. Psicologia da linguagem 2.6.2. Processos de percepção e compreensão da linguagem 2.6.3. Linguagem, pensamento e cultura. O poder das palavras em neuromarketing	<b>2.7. Motivação: o que move o consumidor</b> 2.7.1. A motivação 2.7.2. A hierarquia de necessidades de Maslow 2.7.3. Motivação intrínseca e extrínseca 2.7.4. Motivos sociais: realização, poder, afiliação	<b>2.8. Emoções e sentimentos nos processos de consumo</b> 2.8.1. Comunicação das expressões faciais 2.8.2. Das emoções aos sentimentos 2.8.3. Avaliação e experiência subjetiva emocional
<b>2.9. Neuromarketing nos processos de escolha e tomada de decisão</b> 2.9.1. Modelos clássicos de tomada de decisões 2.9.2. Emoção e tomada de decisões 2.9.3. Escolha, impulso e compulsão para a compra	<b>2.10. Aprendizagem por condicionamento: implicações nos processos de consumo</b> 2.10.1. Condicionamento clássico 2.10.2. Condicionamento instrumental ou operante 2.10.3. Aplicações		

**Módulo 3. Psicologia do consumidor: o impacto da memória e da personalidade nos processos de compra**

**3.1. Aspectos psicológicos relacionados ao comportamento do consumidor**

- 3.1.1. Análise e contribuições da psicologia ao comportamento do consumidor
- 3.1.2. O núcleo psicológico: processos de consumo internos
- 3.1.3. Entendimento e comportamento do consumidor

**3.2. Teorias da personalidade relacionadas ao comportamento de compra**

- 3.2.1. Teoria psicodinâmica
- 3.2.2. Teoria humanista
- 3.2.3. Teoria dos traços
- 3.2.4. Características de personalidade e comportamento do consumidor

**3.3. Personalidade e comportamento do consumidor**

- 3.3.1. O consumidor como indivíduo
- 3.3.2. Aspectos da personalidade
- 3.3.3. A personalidade e a compreensão do comportamento do consumidor

**3.4. Psicografia: valores, personalidade e estilos de vida. Como isso influencia o comportamento do consumidor**

- 3.4.1. Valores como influência no comportamento do consumidor
- 3.4.2. Métodos de pesquisa da personalidade
- 3.4.3. Padrões de comportamento e estilo de vida
- 3.4.4. Psicografia: combinação de valores, personalidade e estilos de vida

**3.5. A memória como influência interna no comportamento de consumo**

- 3.5.1. Como o cérebro codifica as informações
- 3.5.2. Os sistemas da memória
- 3.5.3. Como a memória armazena informações
- 3.5.4. Memória e recuperação

**3.6. O papel da memória nas decisões dos consumidores**

- 3.6.1. Evocação de memórias
- 3.6.2. Memória e emoção
- 3.6.3. Memória e contexto
- 3.6.4. Memória e experiência percebida de compra

**3.7. Aprendizagem e mudança de atitude no consumidor**

- 3.7.1. Atitudes
- 3.7.2. Modelos estruturais de atitudes
- 3.7.3. Formação de atitudes
- 3.7.4. Estratégias de mudança de atitude

**3.8. Estudos de atribuição. Uma vista panorâmica da perspectiva do consumidor**

- 3.8.1. Teoria da atribuição
- 3.8.2. Dinâmica sensorial da percepção
- 3.8.3. Elementos da percepção
- 3.8.4. Aprendizagem de Imagens no consumidor

**3.9. O comportamento de ajuda como um facilitador do bem-estar no comportamento de consumo**

- 3.9.1. Comportamento de Ajuda
- 3.9.2. Custos e benefícios
- 3.9.3. Prestar ou solicitar assistência
- 3.9.4. A conduta de ajuda na esfera comercial

**3.10. A tomada de decisão no consumidor**

- 3.10.1. O componente cognitivo na tomada de decisão do consumidor
- 3.10.2. Implicações estratégicas para as decisões de consumo
- 3.10.3. Comportamento de compra: Além da Decisão



“

*O que move o consumidor? Com este Programa Avançado, você se aprofundará nas características fundamentais do comportamento dessas pessoas por meio da hierarquia de necessidades de Maslow, concentrando-se nas melhores diretrizes para a motivação intrínseca”*

# 06

# Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

## A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”*



*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.*



## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

**“** *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.*

## Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.*

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

*O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.*

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



#### Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



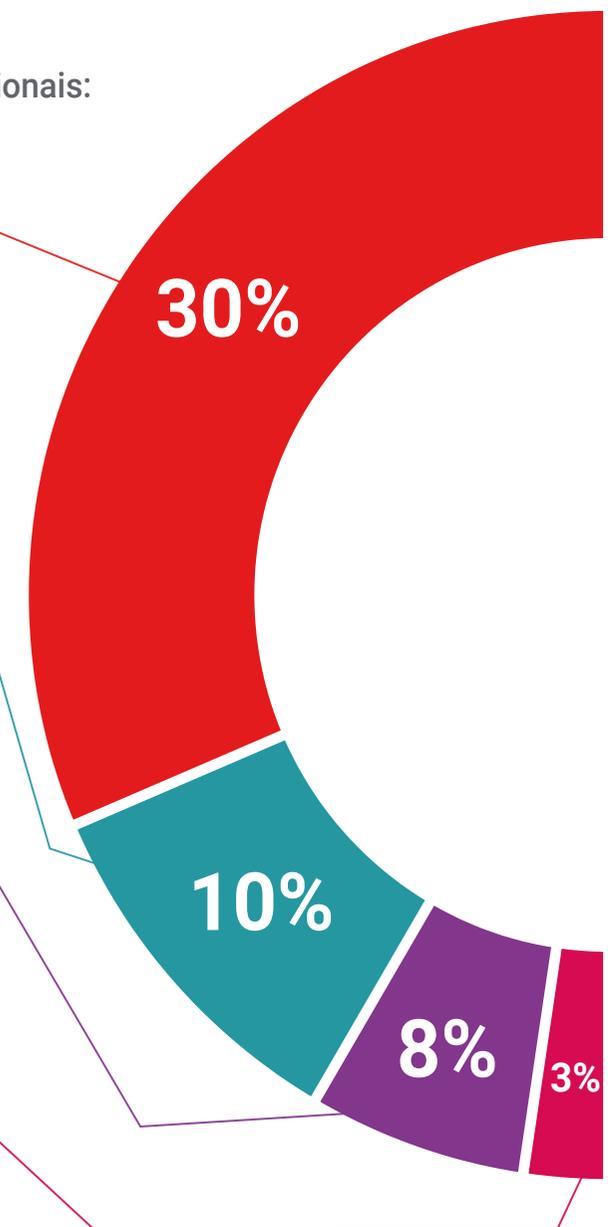
#### Práticas de habilidades gerenciais

Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





### Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta gestão do cenário internacional.



### Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



### Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

# Perfil dos nossos alunos

O Programa Avançado está destinado a graduados universitários que tenham concluído anteriormente qualquer uma das seguintes graduações na área das ciências sociais e jurídicas, administrativas e econômicas.

A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.

O Programa Avançado também poderá ser realizado por profissionais graduados em qualquer área com dois anos de experiência de trabalho em um campo relacionado ao Marketing e a Psicologia.





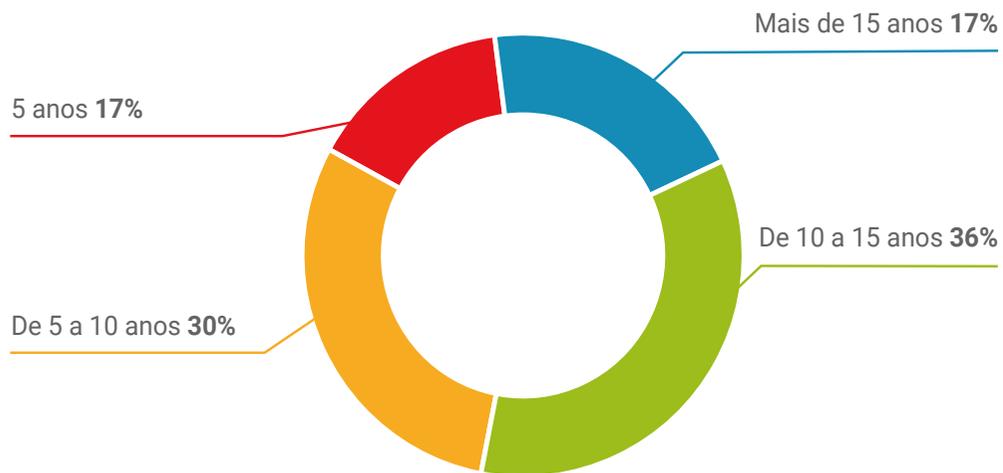
“

*Um programa que lhe envolverá nos processos de consumo por meio do aprendizado baseado em conhecimento e da resolução de situações fundamentadas em contextos reais do mercado atual”*

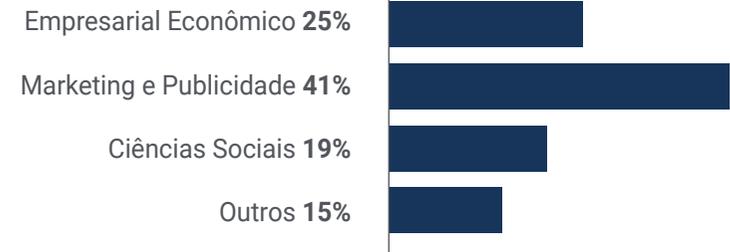
### Média de idade

Entre **35** e **45** anos

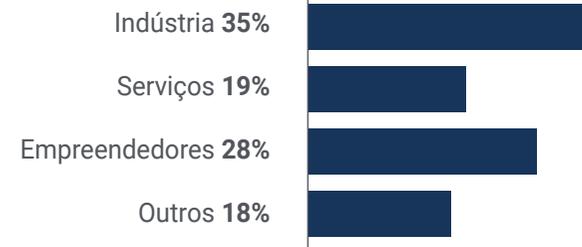
### Anos de experiência



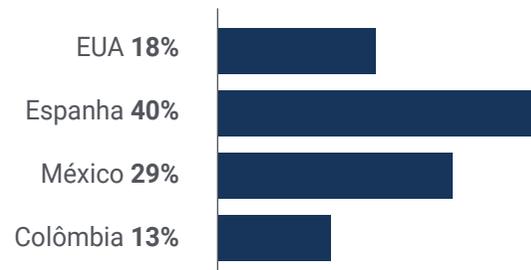
### Formação



### Perfil acadêmico



## Distribuição geográfica



## Ricardo Fuentes

**Gerente de Vendas com especialização em Neuromarketing**

*"O mercado atual se tornou um campo de batalha onde apenas os mais qualificados conseguem progredir. Por este motivo, é uma necessidade real que os profissionais de marketing atualizem constantemente seus conhecimentos. E se pudermos fazer isso por meio de qualificações completas, dinâmicas e abrangentes, como a deste Programa Avançado, melhor ainda. Neste programa, encontrei tudo o que precisava para dominar as tendências mais eficazes e inovadoras no campo do neuromarketing em apenas 6 meses"*

08

# Direção do curso

O corpo docente deste Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor foi projetado pela TECH levando em conta não apenas o currículo dos candidatos, mas também seus interesses em trabalhar ao máximo para oferecer uma experiência acadêmica do mais alto nível. Por isso, além de oferecer o apoio de um grupo de profissionais especializados em psicologia e publicidade, o aluno terá a certeza de que todos eles se empenharão ao máximo para que ele possa tirar o máximo proveito do programa, oferecendo sua ajuda para isso.



“

*Os especialistas em Neuromarketing incluídos neste programa estarão disponíveis para responder a quaisquer perguntas que você possa ter durante o programa”*

## Direção



### Sr. Gabriel Carrascosa Mendoza

- ♦ Pesquisador e diretor de Fusión Lab- Laboratório de Neuromarketing Aplicado
- ♦ Consultor nas áreas de Marketing, Pesquisa de Mercado, Neuromarketing e Comunicação na Associação Européia de Neuromarketing - AEN
- ♦ Formado em Administração e Gestão de Empresas pela University of Wales
- ♦ Mestrado em Neuromarketing e Comportamento do Consumidor pela Universidade Européia Miguel de Cervantes UEMC
- ♦ Programa Avançado: Neuromarketing e Comportamento do Consumidor, Universidade Nebrija
- ♦ Curso técnico sobre desenvolvimento e aplicações de Eye Tracking em Neuromarketing-SMI
- ♦ Membro Honorário da AMNAC (Associação Mexicana de Neuromarketing e Análise do Consumidor)

## Professores

### Sra. Ibtissam El Mehdi

- ♦ Analista e consultora de marketing na Sprinklr
- ♦ Responsável pelo Departamento de Marketing e Comunicação da Hispasur Global Trading
- ♦ Instrutora e Consultora de Estratégia de Marketing Integrado
- ♦ Formada em Marketing e Pesquisa de Mercados pela Universidade de Málaga
- ♦ Mestrado Executivo em Hotelaria e Restauração, na The OSTELEA School of Tourism & Hospitality
- ♦ Certificação em "Branding e Neuromarketing digital, a ciência de vender" pela Udemy
- ♦ Diploma "Curso de Neuromarketing" pela Ibecon

### Sra. Mariana Sofía Parra Devia

- ♦ Colaboradora no Departamento Técnico de Fusión Lab Neuromarketing
- ♦ Avaliadora psicopedagógica
- ♦ Representante de atendimento ao cliente da Sutherland
- ♦ Community Manager da Johanna Posada Curvy e Gee.Geestore
- ♦ Formada em Psicologia pela Universidade do Norte na Colômbia
- ♦ Curso de Liderança e Educação Emocional pela Flich
- ♦ Curso de Community Management por Domestika



#### **Sr. Pablo Pulido Martín**

- ♦ Psicólogo da Saúde no Centro de Serviços Psicológicos de La Paz
- ♦ Membro da Equipe de ação rápida para emergências em acidentes ferroviários na RENFE
- ♦ Psicólogo da saúde em diversas empresas
- ♦ Formado em Psicologia pela Universidade Autônoma de Madri
- ♦ Especialista em Hipnose Clínica pela Universidade Autônoma de Madri
- ♦ Mestrado em Psicologia Geral da Saúde pela Universidade Autônoma de Madrid
- ♦ Estágio na área de Psicologia do Pensamento na Faculdade de Psicologia da Universidade Autônoma de Madri
- ♦ Curso de capacitação sobre intervenção com autores de violência de gênero na associação CUPIF

“

*Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los à sua prática diária”*

09

# Impacto para a sua carreira

O fato de contar com as informações mais recentes e exaustivas ajudará o aluno a obter uma visão completa, atual e especializada das metodologias de Neuromarketing mais eficazes no mercado comercial atual. Isso resultará em um projeto de alto nível de campanhas publicitárias com base não apenas nas necessidades dos clientes, mas também em suas emoções e padrões de comportamento em resposta ao estímulo publicitário. Dessa forma, o profissional elevará seu talento ao topo do setor, aumentando suas chances de alcançar empregos de prestígio.



“

*Se você acha que sua carreira precisa de um impulso positivo, este Programa Avançado é uma oportunidade única de alcançá-lo por meio da especialização em uma área em expansão como o Neuromarketing”*

*Graças a este programa, você poderá identificar como as empresas aplicam os conceitos de comportamento do consumidor ao tomar decisões de marketing, a fim de combater a concorrência de forma eficiente.*

### Você está pronto para dar um salto? Um excelente crescimento profissional espera por você.

O Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor da TECH é um programa de estudos intensivo que lhes prepara para enfrentar desafios e as decisões empresariais no campo da publicidade e do marketing. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e se relacionar com os melhores, este é o lugar certo para você.

*Este Programa Avançado não apenas abrirá as portas para um mercado de trabalho mais amplo, mas também permitirá que você se candidate a empregos de maior prestígio na área de Marketing e, portanto, mais bem remunerados.*

#### Momento da mudança



#### Tipo de mudança



## Melhoria dos salários

---

A conclusão deste programa significa um aumento salarial anual de mais de **26,24%** para nossos alunos.



10

# Benefícios para a sua empresa

A TECH dá ênfase especial a esse tipo de programa para que os alunos obtenham, além do conhecimento mais completo, atual e especializado, as diretrizes de competência que lhes permitam desenvolver uma atividade empresarial bem-sucedida com base em uma gestão eficaz e na aplicação das melhores estratégias. Por isso, quando os alunos concluem os 6 meses de capacitação, eles estão preparados para enfrentar as situações mais complexas, dando às entidades das quais fazem parte a oportunidade de resolver qualquer inconveniente por meio de uma prática comercial do mais alto nível.





“

*O alto grau de capacitação em Neuromarketing que você obterá com este Programa Avançado fará de você um ativo indispensável em sua empresa, além de ser muito requisitado no mercado de trabalho atual"*

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

### **Crescimento do talento e do capital intelectual**

O profissional irá proporcionar à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que poderão gerar mudanças relevantes na organização.

---

02

### **Retenção de gestores de alto potencial para evitar a evasão de talentos**

Esse programa fortalece o vínculo entre empresa e profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da companhia.

03

### **Construindo agentes de mudança**

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a superar obstáculos.

---

04

### **Maiores possibilidades de expansão internacional**

Graças a este programa, a empresa entrará em contato com os principais mercados da economia mundial.

05

### **Desenvolvimento de projetos próprios**

O profissional poderá trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou desenvolvimento de negócio da sua empresa.

---

06

### **Aumento da competitividade**

Este programa proporcionará aos profissionais as habilidades necessárias para assumir novos desafios e impulsionar a empresa.



11

# Certificado

O Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos  
com sucesso e receba o seu certificado  
sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Programa Avançado, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Neuromarketing e Psicologia do Consumidor**

N.º de Horas Oficiais: **450h**



\*Apostila de Haia: \*Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



## Programa Avançado Neuromarketing e Psicologia do Consumidor

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

# Programa Avançado

Neuromarketing e Psicologia  
do Consumidor

