

# Programa Avançado

## Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial





## Programa Avançado Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 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-tecnologia-sensorialidade-neuromarketing-comercial](http://www.techtute.com/br/escola-de-negocios/programa-avancado/programa-avancado-tecnologia-sensorialidade-neuromarketing-comercial)

# 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. 22*

06

Metodologia

---

*pág. 30*

07

Perfil dos nossos alunos

---

*pág. 38*

08

Direção do curso

---

*pág. 42*

09

Impacto para a sua carreira

---

*pág. 46*

10

Benefícios para a sua empresa

---

*pág. 50*

11

Certificado

---

*pág. 54*

# 01

# Boas-vindas

Estimular os sentidos por meio do lançamento de campanhas publicitárias que motivam o estabelecimento de vínculos emocionais entre a marca e o consumidor tornou-se uma estratégia de marketing muito popular no mercado atual. Além de atingir o público-alvo de forma mais personalizada, favorecem a comunicação eficaz, criando uma conexão próxima e, portanto, um grande impacto sobre o público. Essas técnicas fazem parte do neuromarketing sensorial comercial, um aspecto no qual esta graduação se concentra e graças ao qual os alunos poderão obter uma visão realista e crítica de sua implementação na atividade comercial atual. A TECH apresenta uma experiência acadêmica 100% online que permitirá que eles se especializem nesse campo em apenas 6 meses, dominando com perfeição as estratégias para administrar a psicologia do consumidor e a importância de conectar seus sentidos com o processo de compra.



Programa Avançado de Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial  
TECH Universidade Tecnológica



“

*Se você está procurando um programa que lhe dê as facilidades necessárias para se especializar em Neuromarketing Sensorial, onde quer que esteja e no seu próprio ritmo, este programa é perfeito para você”*

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

O desenvolvimento desse programa foi realizado com o objetivo de dar ao aluno acesso ao conteúdo teórico, prático e adicional mais avançado que lhe permitirá se especializar, em apenas 6 meses, em Neuromarketing Comercial, bem como na gestão de sua tecnologia mais avançada e complexa. Graças ao programa altamente exigente, qualquer profissional será capaz de atingir até mesmo seus objetivos mais altos através de um curso adaptado às suas necessidades e apresentado em um formato conveniente e acessível 100% online.



“

*Você se aprofundará nos conceitos mais avançados de personalidade e comportamento do consumidor por meio do conhecimento das teorias mais eficazes para a prática do Neuromarketing”*

Na TECH, os objetivos dos alunos são os nossos objetivos.  
Trabalhamos juntos para alcançá-los.

O Programa Avançado de Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial capacitará 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

08

Apresentar a metodologia de fMRI e MRI em estudos de neuromarketing



09

Avaliar o eletroencefalograma como uma técnica neurocientífica aplicada

07

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

10

Analisar o funcionamento da resposta galvânica e sua relevância para o neuromarketing

11

Avaliar o eye-tracking como uma técnica neurocientífica aplicada

12

Propor o uso de *facial-coding* como uma técnica de neuromarketing





13

Demonstrar a utilidade de aplicar elementos de *Visual Thinking* em relatórios finais com resultados de neuromarketing

14

Gerar linhas de ação conjuntas entre os processos de implementação de neuromarketing e os processos de *Design Thinking* na empresa

15

Avaliar os processos de realização do trabalho de campo da neurociência do consumidor para evitar o tendenciosismo, a fim de aumentar a utilidade dos resultados obtidos

16

Desenvolver e propor abordagens para a aplicação destas pesquisas nos processos de consumo de serviço público pelos cidadãos





17

Determinar as principais variáveis a serem investigadas nos agentes do canal de serviços turísticos, separando os aspectos cognitivos, macroambientais e emocionais e sentimentais

# 05

## Estrutura e conteúdo

Este Programa Avançado de Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial foi elaborado pela equipe de professores, que são especialistas no campo da psicologia e conhecem detalhadamente as informações que o aluno precisa dominar para se tornar experiente nessa área. Assim, em apenas 450 horas de conteúdo teórico, prático e complementar, você poderá obter uma visão ampla e abrangente dos últimos desenvolvimentos nessa área, contribuindo para sua projeção profissional por meio de uma capacitação 100% online.



“

*O programa perfeito para aprender sobre a psicografia como uma influência no comportamento do consumidor, por meio dos métodos mais avançados e eficazes de pesquisa de personalidade"*

## Plano de estudo

O plano de estudos deste Programa Avançado de Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial foi elaborado pela TECH e por uma equipe de especialistas em Psicologia e Comércio, a fim de reunir, em um único programa, todas as informações que os alunos precisam para dominar, em apenas 6 meses de capacitação 100% online, as ferramentas deste campo para realizar uma prática profissional do mais alto nível empresarial.

Com base nisso, eles selecionaram 450 horas do melhor conteúdo teórico, prático e adicional com base nos desenvolvimentos atuais do setor, através dos quais os estudantes poderá se aprofundar em aspectos como o impacto da memória nos processos de compra, os fundamentos e ferramentas na pesquisa de mercado e as bases neurológicas e tecnológicas aplicadas ao Neuromarketing Comercial, entre outros.

Além disso, o programa lhes ajudará a colocar suas habilidades em prática, aperfeiçoando aquelas que serão necessárias para o sucesso no mundo dos negócios: habilidades de liderança, resolução de problemas, gestão da pressão, desenvolvimento de planos de sucesso, controle do tempo, etc. Isto lhes permitirá enfrentar com total confiança qualquer oferta de emprego, fazendo dos alunos os candidatos ideais para ocupar os cargos de maior prestígio em instituições internacionais em diferentes campos no atual contexto empresarial.

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

### Módulo 1

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

### Módulo 2

Marketing sensorial: conexão com os sentidos do consumidor a partir de uma perspectiva de neuromarketing

### Módulo 3

Neuromarketing aplicado em atividades comerciais presenciais, canal online, reuniões e negociações



### Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de realizar este Programa Avançado de Tecnologia e Sensorialidade de Neuromarketing Comercial 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.

*Um programa por meio do qual você poderá aperfeiçoar suas habilidades no projeto de experiências de compras por meio do Neuromarketing e do uso dos sentidos.*

**Módulo 1. Psicologia do consumidor: o impacto da memória e da personalidade nos processos de compra**

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

- 1.1.1. Análise e contribuições da psicologia ao comportamento do consumidor
- 1.1.2. O núcleo psicológico: processos de consumo internos
- 1.1.3. Entendimento e comportamento do consumidor

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

- 1.2.1. Teoria psicodinâmica
- 1.2.2. Teoria humanista
- 1.2.3. Teoria dos traços
- 1.2.4. Características de personalidade e comportamento do consumidor

**1.3. Personalidade e comportamento do consumidor**

- 1.3.1. O consumidor como indivíduo
- 1.3.2. Aspectos da personalidade
- 1.3.3. A personalidade e a compreensão do comportamento do consumidor

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

- 1.4.1. Valores como influência no comportamento do consumidor
- 1.4.2. Métodos de pesquisa da personalidade
- 1.4.3. Padrões de comportamento e estilo de vida
- 1.4.4. Psicografia: combinação de valores, personalidade e estilos de vida

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

- 1.5.1. Como o cérebro codifica as informações
- 1.5.2. Os sistemas da memória
- 1.5.3. Como a memória armazena informações
- 1.5.4. Memória e recuperação

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

- 1.6.1. Evocação de memórias
- 1.6.2. Memória e emoção
- 1.6.3. Memória e contexto
- 1.6.4. Memória e experiência percebida de compra

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

- 1.7.1. Atitudes
- 1.7.2. Modelos estruturais de atitudes
- 1.7.3. Formação de atitudes
- 1.7.4. Estratégias de mudança de atitude

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

- 1.8.1. Teoria da atribuição
- 1.8.2. Dinâmica sensorial da percepção
- 1.8.3. Elementos da percepção
- 1.8.4. Aprendizagem de Imagens no consumidor

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

- 1.9.1. Comportamento de Ajuda
- 1.9.2. Custos e benefícios
- 1.9.3. Prestar ou solicitar assistência
- 1.9.4. A conduta de ajuda na esfera comercial

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

- 1.10.1. O componente cognitivo na tomada de decisão do consumidor
- 1.10.2. Implicações estratégicas para as decisões de consumo
- 1.10.3. Comportamento de compra: além da decisão

**Módulo 2. Marketing sensorial: conexão com os sentidos do consumidor a partir de uma perspectiva de neuromarketing****2.1. A experiência de compra através do neuromarketing**

- 2.1.1. Neuromarketing centrado no ser humano
- 2.1.2. A experiência de compra vista através do neuromarketing
- 2.1.3. A importância dos sentidos no processo de decisão de compra
- 2.1.4. Atenção e conscientização do comportamento do consumidor da empresa/particular

**2.2. Sentidos e emoções no comportamento de compra**

- 2.2.1. Processos racionais e processos emocionais no processo de compra
- 2.2.2. Regra do pico-fim
- 2.2.3. Comportamento de compra: como as emoções influenciam os sentidos

**2.3. O sistema sensorial e seu impacto sobre os processos de compra e consumo**

- 2.3.1. Funcionamento do sistema sensorial no comportamento de compra
- 2.3.2. A comunicação persuasiva e os sentidos
- 2.3.3. Sinestesia e marketing sensorial
- 2.3.4. Existem outros sentidos?
- 2.3.5. Efeito Bouba/Kiki

**2.4. Os sentidos: marketing do tato**

- 2.4.1. Os poderes do tato
- 2.4.2. A grande capacidade das mãos
- 2.4.3. Marketing do tato

**2.5. Os sentidos. Marketing visual: o poder da visão no consumo**

- 2.5.1. A visão. Envolvimento no consumo
- 2.5.2. A influência da luz nas experiências de compra
- 2.5.3. As cores no branding e nas vendas
- 2.5.4. Um olhar através do neuromarketing

**2.6. Os sentidos: marketing olfativo visto através do neuromarketing**

- 2.6.1. Olfato: o quê, mas não como
- 2.6.2. A memória e o olfato. Participação na experiência de compra
- 2.6.3. A influência dos cheiros nas compras. Aplicações práticas
- 2.6.4. Marketing olfativo e neuromarketing

**2.7. Os sentidos: marketing do paladar**

- 2.7.1. Propriedades funcionais do sabor
- 2.7.2. Os sabores
- 2.7.3. Elementos do marketing do paladar

**2.8. Os sentidos: marketing auditivo**

- 2.8.1. Como funciona a audição
- 2.8.2. Som e suas qualidades
- 2.8.3. O marketing auditivo

**2.9. Marketing sensorial e neuromarketing**

- 2.9.1. Marketing sensorial como um elemento-chave na experiência de consumo
- 2.9.2. O poder do neuromarketing no domínio sensorial
- 2.9.3. Neuromarketing e marketing sensorial: diferenciadores da experiência de compra

**2.10. Marketing sensorial na prática**

- 2.10.1. Marketing sensorial e Branding
- 2.10.2. Passos para a criação de uma marca sensorial
- 2.10.4. Aplicação do Marketing sensorial em empresas
- 2.10.5. Casos de sucesso

**Módulo 3.** Neuromarketing aplicado em atividades comerciais presenciais, canal online, reuniões e negociações

**3.1. Neuromarketing de varejo: projeto e execução de um trabalho de campo**

- 3.1.1. Trabalhos de campo realizados no varejo em geral
- 3.1.2. Projetando a pesquisa e definindo objetivos (metodologia e contexto)
- 3.1.3. Realização dos trabalhos de campo e elaboração do relatório

**3.2. Neuromarketing em ambientes digitais: projeto e execução de um trabalho de campo**

- 3.2.1. Trabalhos de campo realizados em ambientes digitais
- 3.2.2. Projeto de pesquisa e definição de objetivos (metodologia e contexto)
- 3.2.3. Realização dos trabalhos de campo e elaboração do relatório

**3.3. Neuromarketing aplicado em ambientes institucionais, setor público e cidadania. Projeto e execução de um trabalho de campo**

- 3.3.1. Trabalhos de campo realizados em ambientes públicos
- 3.3.2. Projeto de pesquisa e definição de objetivos (metodologia e contexto)
- 3.3.3. Realização dos trabalhos de campo e elaboração do relatório

**3.4. Pesquisa com neuromarketing no setor turístico**

- 3.4.1. Pesquisa sobre os mercados de turismo emissores
- 3.4.2. Pesquisa em destinos turísticos (mercados receptores)
- 3.4.3. Pesquisa no canal profissional de prescritores, mediadores e atacadistas do setor de turismo

**3.5. Conversão dos resultados da pesquisa de neuromarketing em ações de marketing dentro da organização**

- 3.5.1. Diferenças entre os elementos e as áreas analisadas
- 3.5.2. Metodologia para integrar os resultados do Neuromarketing nos processos e ações de marketing da empresa
- 3.5.3. Planejamento e sistematização do uso da pesquisa de Neuromarketing na empresa

**3.6. Neuromarketing aplicado ao projeto e preparação de reuniões de trabalho eficazes**

- 3.6.1. Diálogo em grupo para encontros significativos
- 3.6.2. Definição de objetivos cognitivos e aspectos emocionais inerentes
- 3.6.3. O valor de determinar quando e quanto

**3.7. Neuromarketing aplicado ao desenvolvimento de reuniões de trabalho eficazes**

- 3.7.1. Assistentes motivados: aspectos emocionais relevantes
- 3.7.2. Atenção, interesse, desejo e ação através do neuromarketing
- 3.7.3. Respostas racionais e sentimentos que moldam uma reunião

**3.8. Neuromarketing aplicado na gestão de vendas**

- 3.8.1. Construindo uma cultura de vendas impulsionada pelo neuromarketing
- 3.8.2. Reuniões de vendas produtivas que combinam, protegem, guiam e fortalecem
- 3.8.3. Estratégias para selecionar metas de vendas levando em conta o que o Neuromarketing nos diz sobre os clientes

**3.9. Os princípios da negociação em função do neuromarketing**

- 3.9.1. Estilos de negociação com abordagens flexíveis
- 3.9.2. Escutar, questionar, interpretar O que o neuromarketing nos ensina
- 3.9.3. Superando obstáculos nos processos de negociação usando uma abordagem de neuromarketing

**3.10. Da teoria à prática como uma fórmula de validação para o neuromarketing**

- 3.10.1. Formatos de conversão de dados em ações de marketing operacionais
- 3.10.2. Respostas de marketing que se conectam com os sentidos do consumidor
- 3.10.3. Neuromarketing como um meio para alcançar melhores resultados para consumidores e empresas



“

*Você é capaz de distinguir o papel da memória nas decisões dos consumidores e como defendê-la por meio de campanhas que apelam para suas emoções? Matricule-se neste Programa Avançado e você vai descobrir seu objetivo”*

# 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”*

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

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.

## 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



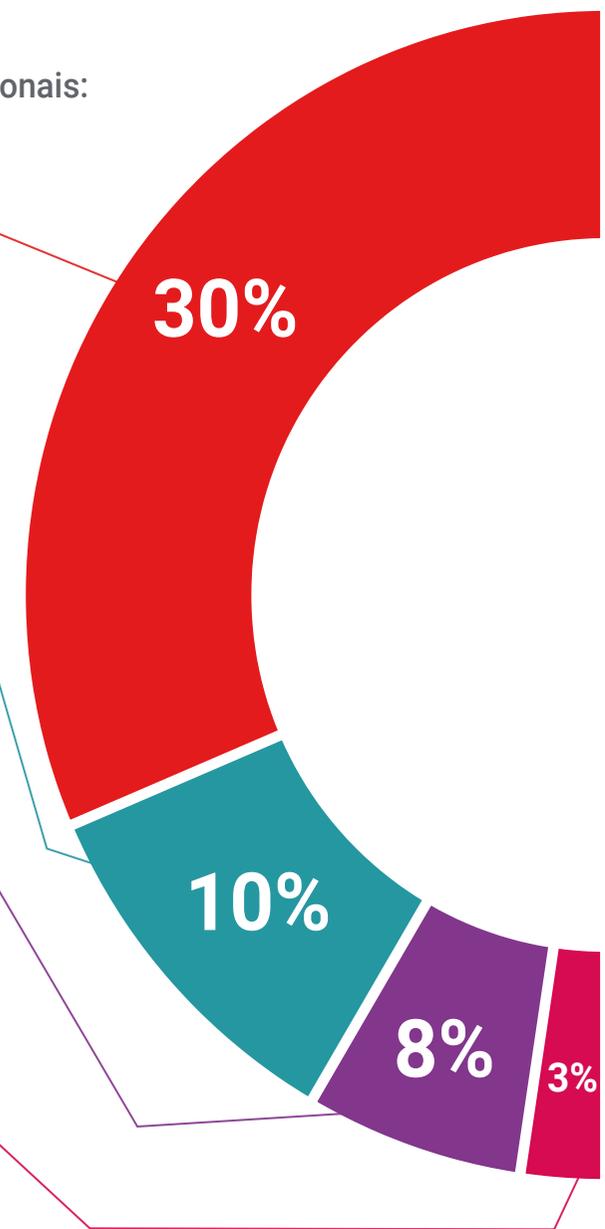
#### Práticas de habilidades gerenciais

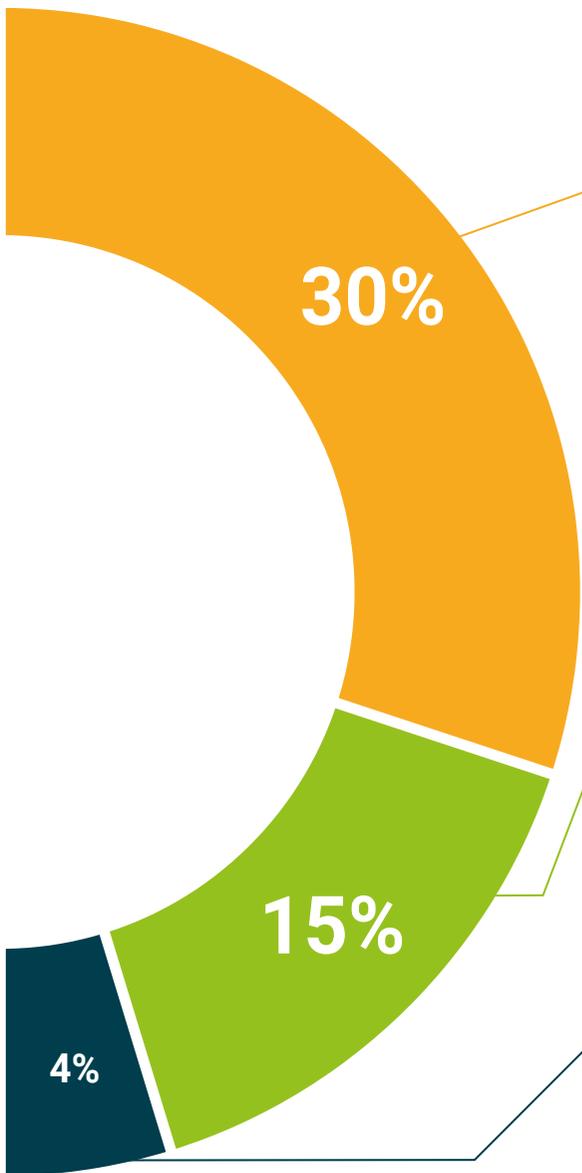
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### 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 que, sendo graduados universitários em qualquer área, tenham dois anos de experiência de trabalho na área de publicidade e marketing.





“

*Um programa adaptado às necessidades de todos os profissionais que, independentemente de sua formação acadêmica, desejam obter sucesso na área de Neuromarketing”*

### Média de idade

---

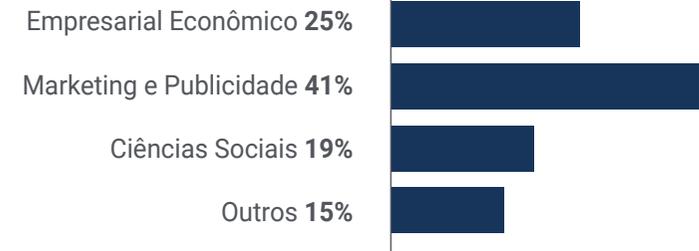
Entre **35** e **45** anos

### Anos de experiência



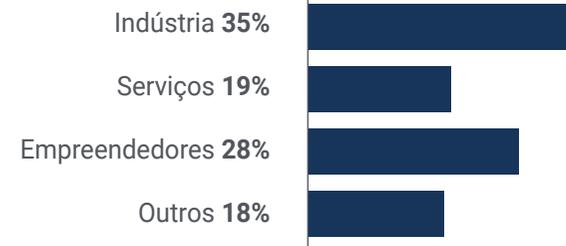
### Formação

---

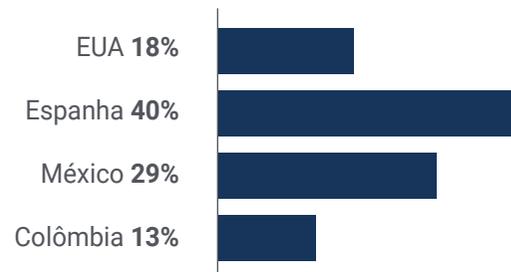


### Perfil acadêmico

---



## Distribuição geográfica



## Ana Jiménez

### CEM na Digita

"Desde que terminei minha graduação em Administração de Empresas, a área de Marketing foi minha primeira e única escolha. No entanto, mesmo trabalhando nesse setor há mais de 10 anos, eu sentia que queria e podia almejar mais. Por este motivo, e seguindo o crescimento do Neuromarketing, decidi me concentrar nessa área, escolhendo a TECH como meu guia para isso. Acabou sendo uma das melhores decisões que tomei em minha vida, pois, graças a esse Programa Avançado, não apenas pude me especializar nessa área, mas também aprendi as habilidades de liderança necessárias, tão valorizadas nas empresas e que me ajudaram a projetar minha carreira para o cargo que ocupo hoje"

08

# Direção do curso

A TECH decidiu incluir nesse programa um corpo docente especializado na área de Neuromarketing e caracterizado não apenas por sua qualidade humana e profissional, mas também por sua extensa e longa carreira na gestão de projetos internacionais bem-sucedidos. Trata-se de uma equipe que trabalhou durante anos analisando os aspectos psicológicos dos consumidores, obtendo uma visão ampla e especializada de seu comportamento, bem como das diferentes tendências que surgiram. Assim, o aluno poderá se aprofundar nesses aspectos, adquirindo um conhecimento único com base em sua experiência.



“

*Uma equipe de professores especializados em Neuromarketing Comercial estará à sua disposição para responder a quaisquer perguntas que você possa ter durante a experiência acadêmica"*

## 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. Larissa Alff Machado

- ◆ Especialista em Neuromarketing
- ◆ Consultora e Técnica de Implementação no Fusion Lab Neuromarketing
- ◆ Formada em Publicidade pela UNP
- ◆ Mestrado em Neuromarketing e Comportamento do Consumidor pela UCM
- ◆ Mestrado em Marketing Digital pela EAE Business School
- ◆ Pós-graduação em Marketing Estratégico na Escola de Marketing do Rio de Janeiro

### Sra. Mariana Sofia 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

### Sra. Cristina Martínez Díaz

- ◆ Vice-diretora de Agência no Banco Santander
- ◆ Dupla Graduação em Administração de Empresas e Gestão Turística na Universidade da Extremadura (UNEX)
- ◆ Certificação MIFID II em Assessoria Financeira
- ◆ Especialista em Neuromarketing pela INEAF Business School
- ◆ Especialista em Marketing Digital IAB Spain

09

# Impacto para a sua carreira

O altíssimo nível que o aluno adquirirá com o estudo deste Programa Avançado lhe ajudará a projetar sua carreira rumo aos cargos de maior prestígio no setor de Neuromarketing, tornando-se um ativo que lhe destacará em qualquer processo de seleção de equipe.

Incluir essa qualificação em seu currículo não só permitirá que você demonstre um alto grau de qualificação nessa área, mas também lhe dará as ferramentas para desenvolver as habilidades de um verdadeiro especialista nesse campo comercial.



“

*O impulso qualitativo que sua carreira precisa para ter sucesso em Marketing por meio do planejamento estratégico de projetos baseados nos sentidos”*

### Você está pronto para dar um salto?

#### Um excelente crescimento profissional espera por você.

O Programa Avançado de Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial da TECH é um programa de estudos intensivo que lhe prepara para enfrentar desafios e 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.

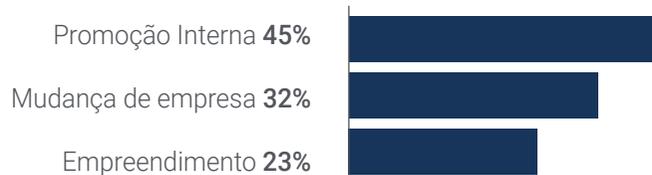
*Você trabalhará para adquirir as estratégias mais completas para o projeto e a execução de trabalho de campo em ambientes institucionais, do setor público e de cidadania.*

*O programa inclui histórias de sucesso baseadas em projetos de marketing internacional, para que você possa visualizar as etapas da marca sensorial e do branding na prática.*

#### Momento da mudança



#### Tipo de mudança



## Melhoria dos salários

---

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



10

# Benefícios para a sua empresa

Os profissionais que concluírem todos os requisitos deste Programa Avançado terão adquirido um conjunto exclusivo de habilidades de liderança, as do gestor do futuro, preparado para enfrentar desafios e objetivos complexos. Além disso, contarão com as habilidades necessárias para resolver situações de crise e poderão oferecer à empresa da qual fazem parte uma qualidade de trabalho e profissionalismo que lhe permitirá crescer e se posicionar entre as melhores do setor de Neuromarketing Comercial no ambiente atual.



“

*Você obterá o conhecimento necessário para colocar a empresa da qual faz parte no mais alto nível, aplicando as melhores estratégias de Neuromarketing Sensorial a qualquer projeto de publicidade que lhe for apresentado"*

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 Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial 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 Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial** 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 Executive Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial**

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 Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial

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

# Programa Avançado

## Tecnologia e Sensorialidade em Neuromarketing Comercial

