

NEUROBRANDING E NEUROMARKETING: ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO SENSORIAL

PÓS**PUCPR**DIGITAL



PUCPR
GRUPO MARISTA

A PUCPR

Fundada em 1959, a PUCPR é uma universidade comunitária católica sem fins lucrativos, orientada por princípios éticos, cristãos e maristas, que atua como promotora do desenvolvimento regional e impacto social.

A PUCPR tem como foco desenvolver a excelência educacional, pesquisas de qualidade, fomentar o empreendedorismo e a inovação, além de promover a multi e interculturalidade, aliadas à inclusão social.

Com apenas 61 anos, a PUCPR tem conquistado reconhecimento nacional e internacional. No Brasil é considerada a 3ª melhor Universidade Privada (Ranking Universitário da Folha de São Paulo-RUF, 2018). Ainda, foi considerada a Universidade Brasileira com maior influência internacional na pesquisa científica (THE World University Rankings, 2015-2016). Referência em inovação, está entre as 10 universidades brasileiras com maior número de depósito de patentes, sendo a única privada (INPI, 2017). É a universidade com maior número de disciplinas em inglês no cenário nacional (FAUBA/ British Council, 2017), sendo a terceira do país em internacionalização, empatada com a UNESP (THE World University Rankings, recorte saúde, 2019). Está entre as 50 universidades com maior número de publicações qualificadas indexadas na Web of Science, única privada (Clarivate Analytics, 2019).



Presente em quatro cidades no estado do Paraná, possui mais de 80 cursos de graduação nas modalidades presencial, híbrida e online, cerca de 200 cursos de Educação Continuada e 16 programas Stricto Sensu, que compreendem diversas áreas do conhecimento, distribuídos em sete Escolas: Escola de Negócios, Escola de Belas Artes, Escola de Educação e Humanidades, Escola de Ciências da Vida, Escola de Medicina, Escola de Direito e Escola Politécnica.

PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br



IR. ROGÉRIO RENATO MATEUCCI

REITOR PUCPR

A PUCPR é uma Universidade aberta aos sinais dos tempos. Novos contextos exigem novas formas de pensar, se relacionar e agir. E antes de você ler o seu guia do curso cuidadosamente preparado, desejo compartilhar o privilégio de tê-lo conosco em meio às nuances de um mundo VUCA: volátil, incerto, complexo e ambíguo.

O mundo mudou, e foi bem na nossa vez. Nós também já não somos mais os mesmos. As transformações constantes exigem que estejamos cada vez mais preparados para os desafios atuais e os que ainda surgirão. A Pós PUCPR Digital surge com o intuito de conectá-lo com conteúdos atualizados e com metodologia exclusiva, preparados pelos melhores professores do mercado, com o selo de uma das maiores universidades do Brasil.

Com a pós digital, queremos dar mais um passo na concretização da nossa missão de desenvolver e difundir o conhecimento e cultura, e promover a formação integral e permanente (destaque para o permanente) dos cidadãos e profissionais comprometidos com a vida e o progresso da sociedade, sempre orientados por princípios éticos cristãos e Maristas.

Queremos chegar a todos os lugares do mundo.

Sejam-bem vindos à sua pós feita para o pós.

PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br



VIDAL MARTINS

VICE-REITOR PUCPR

Entramos no universo da pós-graduação online para entregar o melhor. Para além de uma marca forte e um ensino de qualidade, nosso foco é fazer com que a experiência do estudante com a PUCPR seja marcante e completamente significativa em sua trajetória como profissional e como ser humano.

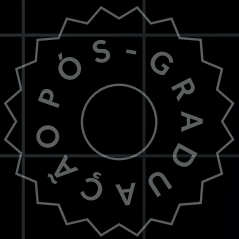
Desenhamos o projeto junto com um time multidisciplinar, interdependente e ágil, fazendo diversas leituras de cenários e de mercado, almejando uma proposta única, diferenciada e de muito valor. Nas próximas páginas, você verá um modelo de ensino de aprendizagem consistente, professores parceiros que são referências em suas áreas e um cuidado especial com cada passo da sua jornada.

Nossa pós não é a transição do ensino presencial para o online. Ela já nasceu online em cada detalhe para proporcionar uma experiência em primeira pessoa. Por isso focamos em tecnologia e humanidade como elementos transversais de todos os cursos. High tech e high touch, como pede o século XXI.

Seja bem-vindo a uma nova experiência de estudar que começa agora e não para.

PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br



Admirável Futuro Novo

YUVAL NOAH HARARI

Professor convidado com exclusividade pela Pós PUCPR Digital

Os grandes desafios para o futuro da humanidade explicados por Yuval Noah Harari, um dos maiores pensadores do nosso século. Historiador, filósofo e autor best-seller, Harari mudou a forma como enxergamos o passado e o futuro, por meio dos livros *Sapiens: Uma Breve História da Humanidade*, *Homo Deus: Uma Breve História do Amanhã* e *21 Lições para o Século 21*. As obras foram traduzidas para 60 idiomas, e mais de 30 milhões de cópias foram vendidas em todo o mundo.

Exclusiva para estudantes Pós PUCPR Digital, a superclass Admirável Futuro Novo é dividida em cinco grandes partes, onde Yuval Harari fala sobre os desafios para o futuro da humanidade, com base no livro “21 Lições para o Século 21”, contextualizando os temas para o Brasil e América Latina. Em cada parte, professores convidados da PUCPR também debaterão os principais insights gerados, desdobrando os desafios em ações possíveis.



PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br

CONFIRA PARTE DO ELENCO QUE GUIARÁ SUA JORNADA



TIAGO CAVALVANTE TABAJARA

Renomado especialista brasileiro em Neurociência aplicada aos negócios. Doutorado e mestrado em Neuromarketing obtidos nos Estados Unidos. Autor do primeiro livro sobre Mindset no Brasil, "Mente de Aço Atitudes de Ouro", BestSeller pela revista Veja. Mais de duas décadas de experiência no setor comercial em empresas multinacionais. CEO da Infinity Neurobusiness School. CEO da MindSync Tecnologia, empresa inovadora no desenvolvimento de software para FIT Cultural em empresas. Criador e coordenador do primeiro MBA em Neurobusiness do Brasil. Líder do Programa de Mestrado Americano em "Master of Science in Neuroscience for Business". Impactou mais de 13 mil alunos com quase 11 mil horas de aulas ministradas.



FLÁVIA ÁVILA

Economista comportamental com mais de 15 anos de experiência estudando e investigando o comportamento individual e de grupo usando experimentos de laboratório e de campo. Fundadora da InBehavior Lab, Rede Economia-Comportamental.org e primeira Pós-graduação em Economia Comportamental no Brasil em 2016 na ESPM Business School. Co-organizadora do livro "Guia de Economia Comportamental e Experimental", material de primeira leitura em português do Brasil sobre as áreas de Economia Comportamental e Experimental. O livro tem entrevistas e capítulos com pesquisadores brasileiros e referências internacionais importantes na área (Richard Thaler, Dan Ariely, Cass Sunstein, Chris Starmer, Dean Karlan, John Karl, John List, Paul Dolan, Varun Gauri, Shlomo Bernatzy, entre outros) e pode ser baixado gratuitamente em economycomportamental.org/guia.



GABRIEL VIÉGAS

Delivery Principal na ThoughtWorks. Coautor da adaptação da metodologia Lean Inception para ambiente totalmente remoto. Professor de cursos de pós-graduação e MBAs. Tem certificações em Agile Product Owner pela Scrum Alliance e Certified Lean Inception Facilitator pela Caroli.org. Foi Analista de Produtos, Product Owner e Coordenador Comercial na Terra Networks. Possui mais de 20 anos de experiência em consultoria e desenvolvimento de software. Administrador de Empresas, com especializações em Gestão de Projetos de TI, E-commerce e Marketing Digital.

PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br

CONFIRA PARTE DO ELENCO QUE GUIARÁ SUA JORNADA



EDGARD MORYA

Graduado em Fisioterapia, com doutorado e pós-doutorado em Fisiologia Humana pela Universidade de São Paulo. Atualmente, coordena pesquisas no Instituto Internacional de Neurociências Edmond e Lily Safra e é docente no curso de Mestrado em Neuroengenharia. Tem ampla experiência em neuroreabilitação, neurociência, neuroengenharia, neurofisiologia, eletrofisiologia, controle motor, psicofísica e acoplamento sensório-motor.



DAIANE GOLBERT

Bióloga e artista visual, doutora em genética pela UFRJ e neurocientista. Atualmente está como pesquisadora no Núcleo de Unidades de Conservação da Natureza do IDEMA e pesquisadora colaboradora no Instituto do Cérebro da UFRN. Exerceu docência e pesquisa em renomadas instituições nacionais e internacionais. É autora de artigos científicos de alto impacto internacional e capítulos de livros. Além de neurocientista, é desenhista e estudiosa da arte das Mandalas, abordagem psicanalista de Carl Gustav Jung. Ministra cursos, oficinas e palestras sobre os temas Criatividade, Sono e Memória, Inovação, Saúde e Bem-estar, Mandalas e saúde mental. Também atua como consultora de qualidade de sono.



ANTÓNIO DAMÁSIO

Renomado neurologista e neurocientista, professor na Universidade do Sul da Califórnia e diretor do Instituto do Cérebro e da Criatividade. Contribuiu significativamente para o estudo dos processos cerebrais relacionados ao afeto, à tomada de decisões e à consciência. Autor de inúmeros artigos científicos e livros influentes, como "O Erro de Descartes" e "O Sentimento de Si". Seus estudos recentes exploram a biologia da consciência e a inteligência artificial. É membro de várias academias de prestígio e foi membro do Conselho de Estado de Portugal até 2024.

CONFIRA PARTE DO ELENCO QUE GUIARÁ SUA JORNADA



JAIME TROIANO

Membro do Hall da Fama dos profissionais de Marketing no Brasil. Formado em Engenharia Química pela FEI e em Sociologia pela USP, fundou e comanda há quase 30 anos a Troiano Branding, primeira empresa brasileira dedicada integralmente à gestão de marcas. Antes disso, foi VP de Planejamento e Consumer Insights para agências como Young & Rubicam, MPM-Lintas e BBDO, com atuação em toda América Latina. Autor de 4 livros sobre gestão de marcas e comportamento de consumidor: "As Marcas no Divã" (Editora Globo), "Brand Intelligence" (Estação das Letras e Cores), "Qual é o seu Propósito?" (CLA) e "Ecos na Pandemia" (CLA).



CLÓVIS DE BARROS FILHO

Doutor pela Escola de Comunicações e Artes da USP. Autor de mais de 30 livros, como "A vida que vale a pena ser vivida", "Ética e vergonha na cara!" e "A felicidade é inútil". Pesquisador e Consultor em Ética da UNESCO. Mestre em Ciência Política pela Université Sorbonne Nouvelle de Paris. Especialista em Direito Constitucional e em Sociologia do Direito pela Université Panthéon-Assas de Paris. Bacharel em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero de São Paulo e em Direito pela USP.



YUVAL NOAH HARARI

Professor, historiador e autor best-seller com mais de 30 milhões de livros vendidos em 60 idiomas. Professor da Universidade Hebraica de Jerusalém. Suas ideias mudaram a forma de enxergarmos a história e o futuro. É uma das figuras mais emblemáticas do século 21, reconhecido por livros como "Sapiens: Uma Breve História da Humanidade", "Homo Deus: Uma Breve História do Amanhã" e "21 Lições para o Século 21". Também é cofundador da Sapienship, organização multidisciplinar que busca debater e encontrar soluções para os maiores problemas da atualidade.

CONFIRA PARTE DO ELENCO QUE GUIARÁ SUA JORNADA



PERLA AMABILE

Neuroestrategista de marcas e negócios, cofundadora da Be Intelligence, consultoria estratégica de branding, business growth e inovação centrada em pessoas. Especialista em diagnosticar contextos e criar soluções que ampliam o valor das marcas no mercado e na vida das pessoas, soma mais de 23 anos de experiência como Diretora de Estratégia e Data Insights em grupos multinacionais de comunicação e consultorias de negócios. É também apresentadora do programa EstrategicaMente, no Terra, onde entrevista líderes e especialistas do mercado brasileiro. Além disso, atua como palestrante, professora executiva em universidades de referência e integra o grupo de pesquisa do Laboratório de Neurociências Clínicas da UNIFESP. Entre as marcas que já atendeu estão Yamaha, Toyota, Itaú, Mondelez, C&A, Michelin, Vivara, Bauducco, Banco BV, Mary Kay, Boticário e Samsung.



BILLY NASCIMENTO

Neurocientista, empreendedor e pioneiro do neuromarketing no Brasil. Fundador e CEO da Forebrain, lidera há mais de 15 anos um time multidisciplinar dedicado a transformar o inconsciente do consumidor em dados objetivos, com projetos para marcas como Globo, Mercado Livre, Bradesco, Itaú, Nestlé e Unilever. É também Conselheiro e Consultor em Ciências do Ensino e Aprendizagem do Sistema de Ensino Verbum, voltado à educação básica em escolas católicas. Biomédico, mestre e doutor em Neurofisiologia pelo IBCCF-UFRJ, atua como professor e coordenador do Master em Neurociência do Consumidor da ESPM e leciona no MBA em Neurociência, Consumo e Marketing da PUCRS.



PAULA SOUTO TEMLAARS

CEO da NeuroWits, onde lidera projetos que unem Human + IA, transformando processos corporativos e potencializando resultados de negócios. É head do laboratório da Neurons no Brasil — braço da empresa dinamarquesa líder mundial em neurociência aplicada e inteligência artificial — responsável por estudos com clientes como Google, Meta, TikTok e IKEA. Com formação multidisciplinar que integra neurociência, IA, gestão de marketing e inovação, Paula é reconhecida por aplicar ciência e tecnologia às estratégias empresariais. É cofundadora da W.AI, comunidade voltada à capacitação e conexão de mulheres na área de inteligência artificial, e membro do Mastermind da AI Brasil, contribuindo para o avanço do ecossistema nacional. Atualmente, também atua como diretora-geral da Daxx One2One, empresa do grupo Daxx Omnimedia, liderando iniciativas em agentes conversacionais com IA, diagnósticos e treinamentos corporativos focados em inteligência artificial e transformação digital.

PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br

CONFIRA PARTE DO ELENCO QUE GUIARÁ SUA JORNADA



JULIANA DEL SECCHI

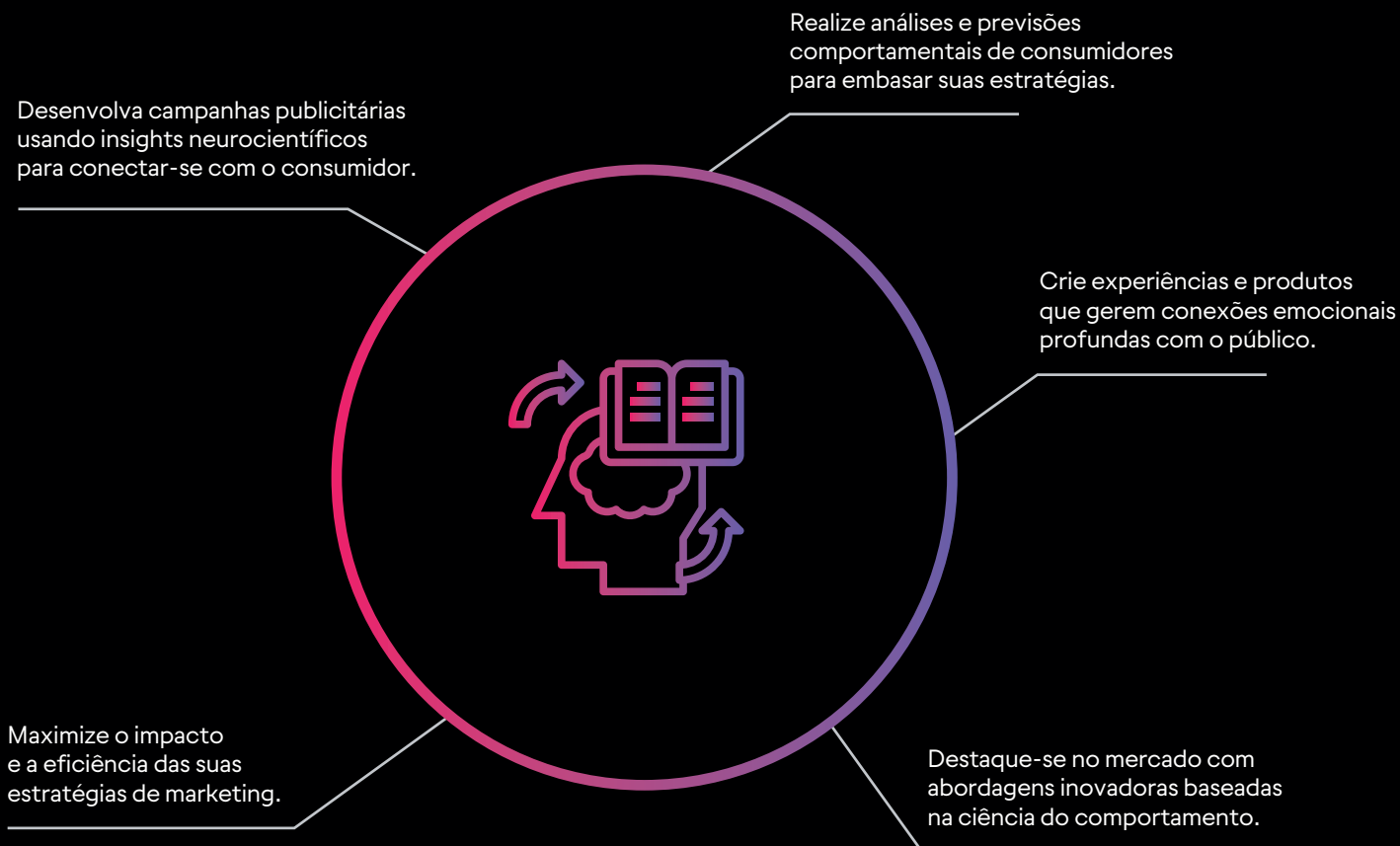
Coordenadora do Curso

Além de coordenadora do curso, é Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, Mestre e Doutora em Administração, com ênfase em Marketing e Comportamento do Consumidor. Há mais de 15 anos, atua como professora e pesquisadora, com foco em Pesquisa de Marketing, Análise de Dados e Branding. Sua paixão mais recente no campo profissional é a Neurociência do Consumidor, que não apenas desperta seu entusiasmo, mas também a desafia a explorar as conexões entre mente, marcas e decisões de compra.

PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br

RESULTADO DE APRENDIZAGEM



PARA QUEM É ESSE CURSO?

Profissionais de marketing, branding e comunicação que desejam se especializar em estratégias sensoriais baseadas em neuromarketing

Empreendedores e gestores interessados em compreender melhor o comportamento do consumidor para aprimorar produtos e serviços

Especialistas em branding, comportamento do consumidor ou comunicação que buscam agregar insights científicos ao trabalho

Pesquisadores e acadêmicos que desejam explorar a interseção entre neurociência e marketing

Líderes de marcas que querem transformar suas estratégias de engajamento usando neurociência como diferencial competitivo.

É DIFÍCIL EXPLICAR EM UMA SÓ PÁGINA A EXPERIÊNCIA DE ESTUDAR EM PRIMEIRA PESSOA. MAS VAMOS TENTAR

O seu curso Pós PUCPR Digital contém:



15 disciplinas
de 20 horas



60h para o
projeto final



De humanos
para humanos



Professores-referência
de mais de 20 países.



Interações ao vivo
com seus colegas
e professores.



100% online,
high tech e
high touch



Certificado PUCPR +
certificado de
gente boa

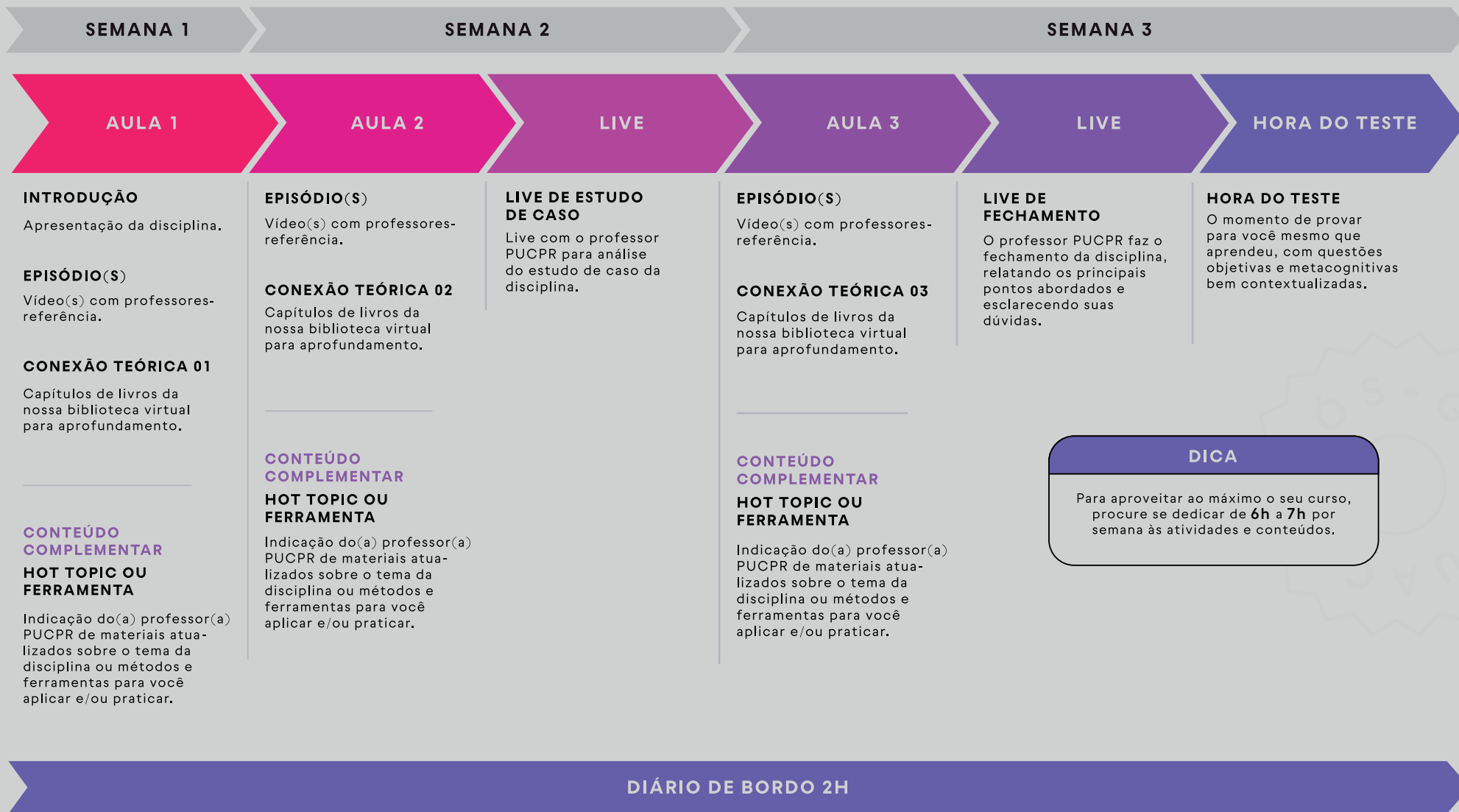


Formação completa
em 12 meses.

PÓS**PUCPR**DIGITAL

pospucprdigital.com.br

COMO FUNCIONA CADA DISCIPLINA



No Diário de Bordo, você é o responsável pelo registro dos seus aprendizados e autoavaliação da jornada.

EMENTA DISCIPLINA A DISCIPLINA

EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR E ESTRATÉGIAS DE MARKETING MULTISSENSÓRIAL

Jaime Troiano

- Exploração de como os sentidos humanos influenciam a experiência do consumidor;
- Uso de estímulos sensoriais no marketing para gerar maior envolvimento com a marca;
- Criação de estratégias multissensoriais para aumentar a percepção e a conexão emocional do consumidor com produtos e serviços;
- Abordagem de experiências de marca imersivas e consistentes através de estímulos visuais, auditivos, táteis, olfativos e gustativos.

CONSCIÊNCIA E DECISÕES: UMA ABORDAGEM NEUROÉTICA

- Interseção entre consciência humana, processos decisórios e questões éticas sob a ótica da neurociência;
- Investigação de como o cérebro processa informações, influenciando percepção, raciocínio e escolhas morais;
- Discussão sobre livre arbítrio, responsabilidade moral e dilemas éticos contemporâneos;
- Impacto das descobertas neurocientíficas na reflexão ética e tomada de decisões;
- Aplicações na liderança, resolução de conflitos e negociação para promover um ambiente ético e produtivo;
- Aplicações em saúde mental para criar intervenções terapêuticas mais eficazes, promovendo bem-estar e resiliência.

ÉTICA: INTELIGÊNCIA MORAL NA ERA DIGITAL

Clóvis de Barros

Questione e reflita sobre os principais desafios éticos que o profissional do futuro encontrará.

- Dilemas éticos contemporâneos e seus impactos no futuro;
- A importância da inteligência moral na tomada de decisão.

INTERFACES HUMANO-MÁQUINA: O HIBRIDISMO E A NEUROCIÊNCIA

- Principais resultados contemporâneos das pesquisas neurocientíficas sobre interfaces entre humano e máquina;
- Desenvolvimento de ciborgues e seus impactos;
- Reflexão sobre os benefícios do aprimoramento de capacidades humanas;
- Avaliação das características humanas, especialmente cognitivas, potencializadas pelo hibridismo humano-máquina.

NEUROCIÊNCIA DA INSPIRAÇÃO: DESVENDANDO O PROCESSO CRIATIVO

Daiane Golbert

- Mecanismos cerebrais na geração de ideias e criatividade;
- Processamento de estímulos e informações para insights e soluções inovadoras;
- Neuroplasticidade, estados de fluxo e técnicas para estimular a criatividade;
- Fundamentos neurocientíficos da inspiração para potencializar a criatividade;
- Desenvolvimento de abordagens eficazes para resolução de problemas e promoção da inovação.

EMENTA DISCIPLINA A DISCIPLINA

PSICOLOGIA DA COMUNICAÇÃO: UMA ABORDAGEM NEUROCIENTÍFICA

- Intersecção entre psicologia e comunicação, investigando como os processos cognitivos e emocionais influenciam a comunicação humana;
- Compreensão de como o cérebro percebe, interpreta e responde aos estímulos comunicativos;
- Análise dos efeitos neurocientíficos na persuasão, influência e compreensão de mensagens;
- Habilidade para estabelecer interações mais eficazes e impactantes em contextos pessoais e profissionais.

JORNADA DO CLIENTE

Gabriel Viégas

- Perspectiva centrada no cliente e suas necessidades para a gestão de projetos e produtos;
- Técnicas e ferramentas para mapeamento e análise da jornada do cliente;
- Melhoria da experiência do cliente como objetivo principal;
- Construção da jornada do cliente com foco nas necessidades como elemento central do processo.

ADMIRÁVEL FUTURO NOVO

Yuval Harari

Refleta sobre os desafios globais da humanidade para o século XXI.

- Os potenciais da inteligência artificial e biotecnologia;
- Obstáculos políticos e educacionais contemporâneos;
- Visão interdisciplinar sobre a área de Negócios, Direito, Educação, Tecnológica e da Saúde;
- Possíveis caminhos de superação dos desafios globais.

NEUROCIÊNCIA APLICADA A NEGÓCIOS

Tiago Cavalcanti Tabajara

- Bases neurocientíficas do funcionamento cerebral no comportamento de consumo;
- Marcadores somáticos e neurônios-espelho;
- Estratégias de estímulo ao consumo, como mensagens subliminares e estímulos sensoriais do neuromarketing;
- Exposição a situações de estímulo ao consumo;
- Atividade profissional em vendas com foco na satisfação e no bem-estar do cliente.

ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Flávia Ávila

- Exploração de vieses cognitivos e tomada de decisões sob incerteza;
- Estudo da psicologia econômica e suas aplicações práticas;
- Aplicação dos conceitos em finanças, marketing, saúde e políticas públicas;
- Discussão de estudos de caso e experimentos reais;
- Desenvolvimento de habilidades para compreender decisões humanas;
- Aplicação interdisciplinar em diversas áreas e profissões.

GESTÃO DE MARCA: BRANDING

Jaime Troiano

- Desenvolvimento de competências na criação, posicionamento e administração de marcas no ambiente digital;
- Uso de estratégias e ferramentas atuais para cada etapa do processo de valorização de marca;
- Avaliação de estratégias adequadas para construção, posicionamento e administração de marcas no digital.

EMENTA DISCIPLINA A DISCIPLINA

FERRAMENTAS DE NEUROMARKETING

Paula Souto Templaars

- Apresentação das principais ferramentas neurocientíficas aplicadas ao comportamento do consumidor;
- Análise de respostas cognitivas e emocionais a anúncios, vídeos, produtos, preços e embalagens;
- Estudo de métodos como eye tracking, eletroencefalograma e análise de expressões faciais;
- Discussão sobre potencialidades e aplicações de técnicas neurométricas e biométricas;
- Capacitação para planejar avaliações de respostas a estímulos mercadológicos usando ferramentas neurocientíficas.

FUNDAMENTOS E APLICAÇÕES DE NEUROCIÊNCIA PARA MARKETING

Billy Nascimento

- Integração de conceitos fundamentais da neurociência com aplicações no marketing;
- Análise de como o cérebro processa informações e reage a estímulos de compra;
- Aspectos neuroanatômicos e neurofisiológicos relacionados com as decisões de compra e de consumo.

NEUROBRANDING E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Perla Amabile

- Compreensão dos drivers conscientes e inconscientes que influenciam decisões de consumo;
- Análise de aspectos cognitivos e emocionais relacionados às escolhas dos consumidores;
- Estudo do papel da atenção, emoção, memória e aprendizagem no fortalecimento de marcas;
- Desenvolvimento de estratégias para captar atenção, criar conexões emocionais e construir marcas memoráveis.

**E AÍ,
COMEÇA QUANDO COM A GENTE?**

PÓS**PUCPR**DIGITAL

