



Neurociência e algoritmos comportamentais em comunicação e marketing



ONLINE

NEUROCIÊNCIA E ALGORITMOS COMPORTAMENTAIS EM COMUNICAÇÃO E MARKETING | ONLINE

Data

10 a 13 de fevereiro de 2025 (segunda a quinta, 4 aulas), 19h às 22h

Local

Curso online

Carga horária

12 horas

Investimento

R\$ 520,00

Objetivos

- Apresentar e refletir os conceitos e as aplicações das neurociências na dinâmica das atividades da comunicação e marketing nas organizações e nas interações com o mercado;
- Analisar como as novas abordagens das neurociências estão alterando as práticas atuais de comunicação e marketing;
- Debater casos e situações face aos avanços das neurociências.

Público Alvo

Profissionais de comunicação, relações públicas, marketing, propaganda, recursos humanos envolvidos em ações de comunicação organizacional, interna, marketing, propaganda e marca empregadora.

Professor

William A. Cerantola

Sócio da Plexus Consultoria. Especializado em Comunicação da Liderança, Comunicação Organizacional e em Estratégia e Posicionamento de Marketing. Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e pós-graduado em Gestão Estratégica de Comunicação Organizacional e Relações Públicas pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (Gestcorp ECA-USP). É mestre em Administração de Empresas pela Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA-USP) e formado em Ciências Biológicas pelo Instituto de Biociências da Universidade de São Paulo (IB-USP). Atua como professor e pesquisador em comunicação organizacional, interna e marketing pelo Centro de Estudos de Avaliação e Mensuração em Comunicação e Marketing da

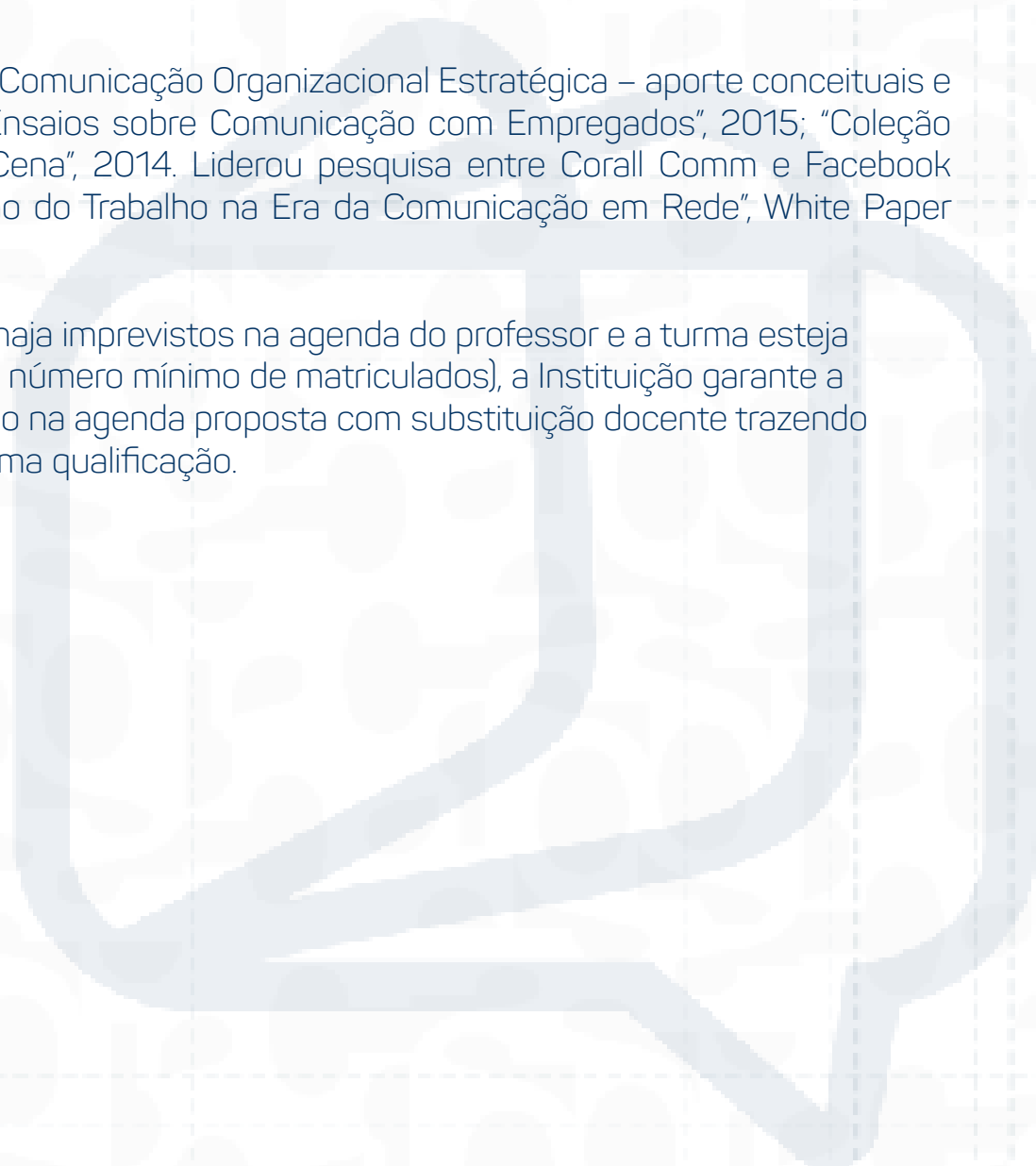
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CEACOM ECA-USP). Professor de pós graduação em Change Management e Digital Workplace na FIAP. Professor convidado em pós graduação pela Fundação Cásper Líbero, FGV EAESP e FDC.

Acumula 25 anos de experiência nas áreas de comunicação, marketing e relacionamento com clientes, tendo atuado em start up Embrabio e Dataline. Atuou em consultorias internacionais (Monitor Consulting e Gemini Consulting) e como executivo e consultor respondeu por projetos nos setores de saúde, farmacêutico, biotecnologia, hospitalar, cosméticos, varejo, alimentos, construção, telecomunicações, financeiro e organizações não governamentais. Foi pesquisador pelo CNPq-SP, IEA-USP, IG-Unicamp e IPT-SP.

Liderou atividades em mais de 100 eventos e reuniões envolvendo grupos de trabalho totalizando 3 mil pessoas com objetivos de diagnóstico, análise, planejamento e integração. Nestas atividades foram aplicadas práticas de diálogo, open space, conversation cafe, abordagem apreciativa, design thinking e estruturas liberadoras em advisory boards, convenção de vendas, simpósios, workshops e grupos de trabalho.

É co-autor do livro "Comunicação Organizacional Estratégica – aporte conceituais e aplicados", 2016; "Ensaio sobre Comunicação com Empregados", 2015; "Coleção Comunicação em Cena", 2014. Liderou pesquisa entre Corall Comm e Facebook sobre "A Reinvenção do Trabalho na Era da Comunicação em Rede", White Paper 2017.

Importante - Caso haja imprevistos na agenda do professor e a turma esteja confirmada (atinga o número mínimo de matriculados), a Instituição garante a prestação do serviço na agenda proposta com substituição docente trazendo profissional de mesma qualificação.



Programa de Aula

DIA 1 – NEUROCIÊNCIAS: CONCEITOS E IMPLICAÇÕES

1) Evolução e Neurociências

- Evolução do Sistema Nervoso;
- Encéfalo: da filogenia a embriologia;
- Desvendando a Estrutura e as Funções do Cérebro;
- Cérebro Trino e os Neurotransmissores;

2) O Erro de Descartes

- António Damásio e seu Modelo;
- Emoção, Sentimento e Razão;
- Percepção e memória;
- Análise de Casos, Aplicações e Vídeos;

DIA 2 – NEUROCOMUNICAÇÃO: CONCEITO E FRONTEIRAS

3) Neurociências, Empatia, Engajamento e Alteridade

- Conceitos e fronteiras;
- Comunicação sob a perspectiva das neurociências;
- Neurociências traduz empatia e engajamento;
- Neurociências e o contexto da alteridade;

4) Novo Olhar das Neurociências para as Práticas de Comunicação

- Diálogo;
- Comunicação Não Violenta;
- Co-Criação e Colaboração;
- Análise de Casos e Aplicações;

DIA 3 – NEUROMARKETING, NEUROBRANDING E ECONOMIA COMPORTAMENTAL

5) Conceitos em Construção

- Neuromarketing;
- Neurobranding;
- Mente, percepção e realidade;
- Pensamento Rápido e Devagar – Daniel Kahneman;
- Análise de Casos e Aplicações;

DIA 4 – ALGORITMOS DE COMPORTAMENTO E GESTÃO DA MUDANÇA

6) IA – Inteligência Artificial e Algoritmos Preditivos de Comportamento

- Algoritmos Preditivos de Comportamento nas Redes Sociais;
- Indução e Persuasão do Mundo Conectado – Redes Sociais;
- Comunicação e Comportamento: Behavior Design (Stanford University) e Behavioural Dynamics Institute (Cambridge University)

7) Neurociências e Comunicação nos Processos de Mudança

- Mudança de Mindset;
- Comunicação e Janela de Tolerância Emocional;
- Neurociências e Modelos de Gestão de Mudança;
- Análise de Casos e Aplicações.

Forma de pagamento

Pessoa física

Boleto - Parcela única e 5 dias úteis para vencimento.

Pix - À vista.

Cartão de Crédito - À vista ou Parcelado (em até 4x, com parcelas de valor mínimo em R\$ 100,00).

Alunos, ex-alunos e funcionários da Fundação Cásper Líbero têm 10% desconto, (apenas inscrições via Pessoa Física).

Pessoa jurídica

No caso de pagamento via Pessoa Jurídica, o próprio responsável financeiro deve conduzir o cadastro, inserindo os dados da empresa, para que a nota fiscal seja emitida via PJ, dentro do prazo legal, ou seja, respeitando o fato o gerador, (efetiva prestação de serviços).

Boleto - Parcela única e 5 dias úteis para vencimento.

Pix - À vista.

Cartão de Crédito Corporativo - À vista ou Parcelado (em até 4x, com parcelas mínimas de R\$ 100,00).

Informações importantes

I. A quantidade de vagas disponíveis é controlada de acordo com o número de inscrições pagas.

II. A inscrição estará devidamente aceita após a confirmação do pagamento até o início do curso. Para matrícula via boleto bancário o pagamento do boleto deverá ser realizado em até 2 dias úteis antes do início do curso.

III. A confirmação de vaga ocorrerá via e-mail a ser enviado pelo Cursos Livres Cásper Líbero. IV. Caso o participante efetue o pagamento após o preenchimento das vagas, terá o reembolso de 100% do valor pago.

IV. O horário do curso deverá ser seguido rigorosamente. O aluno só poderá faltar em 25% das aulas, ou não receberá o certificado.

V. O curso poderá ser cancelado pela Instituição por falta de quórum com até 48 horas de antecedência da data prevista para seu início.

VI. A Faculdade Cásper Líbero não se responsabiliza por custos extras do aluno, como por exemplo hospedagem, passagem, combustível, estacionamento e alimentação.

VII. Os reembolsos seguirão os seguintes procedimentos:

- Desistência do aluno, no prazo de 7 dias contados da data de contratação e que não tenha utilizado o serviço: ressarcimento de 100% do valor pago.

- Desistência do aluno, antes do início do curso: ressarcimento de 100% do valor pago.

- Desistência do aluno, com até 50% de aulas transcorridas: ressarcimento de 50% do valor pago.

- Desistência do aluno, após o início do curso e depois de transcorridos mais de 50% das aulas: não haverá ressarcimento do valor pago.

- Desistência pela Instituição por falta de quórum na turma: ressarcimento de

100% do valor pago.

VIII. Os reembolsos referentes a pagamento via boleto terão o prazo de 15 dias úteis (crédito em conta bancária do contratante, a contar do envio dos dados bancários) para serem realizados. Os reembolsos referentes a pagamento via cartão de crédito terão o prazo de 15 dias úteis para estorno na fatura do cliente. Em ambos os casos, devem ser solicitados pelo e-mail [cursos@casperlibero.edu.br](mailto: cursos@casperlibero.edu.br)



casper

Av. Paulista, 900 - São Paulo - SP
(11) 3170-7995 [eventos@fcl.com.br](mailto: eventos@fcl.com.br) casperlibero.edu.br