



NEUROCIÊNCIA E ALGORITMOS COMPORTAMENTAIS EM COMUNICAÇÃO E MARKETING



acompanha aí

NEUROCIÊNCIA E ALGORITMOS COMPORTAMENTAIS EM COMUNICAÇÃO E MARKETING | ONLINE

Data

17 a 20 de maio de 2022 (terça a sexta), 19h às 22h

Local

Curso online

Carga horária

12 horas

Investimento

R\$ 460,00

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.

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 - Valor integral. O boleto tem 5 dias úteis para vencimento.

Cartão de Crédito - Parcelas com valor mínimo de R\$ 200,00.

Pessoa jurídica

No caso de pagamento por empresa, o próprio responsável financeiro deve conduzir o cadastro (com os dados da empresa) para que a nota saia com os dados da empresa; além de poder pagar com boleto (valor integral) ou pelo cartão de crédito corporativo (com possibilidade de parcelamento também).

Alunos, ex-alunos e funcionários da Fundação Cásper Líbero têm 10% desconto.

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 Centro de Eventos Cásper Líbero.

IV. Caso o participante efetue o pagamento após o preenchimento das vagas, terá o reembolso de 100% do valor pago.

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

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

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

VIII. 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.

IX. 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 eventos@fcl.com.br.

The logo for Cásper Líbero, featuring the name in a bold, blue, sans-serif font.

Av. Paulista, 900 - São Paulo - SP

(11) 3170-7995 eventos@fcl.com.br casperlibero.edu.br