

Neurociência e comportamento do consumidor

Prof. Lucas Jansen





Prof. Me. Lucas Jansen

- Sócio da Brava Comunicação.
- Doutorando e mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB).
- Bacharel em Publicidade pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
- Membro do Grupo de Pesquisa CNPq “Madalenas em Ação: estudos feministas e de gênero em comunicação”.
- Advogado, bacharel em Direito pela Faculdade Damas.
- Membro da Comissão de Diversidade Sexual e de Gênero da OAB-PE.

- **Comportamento de compra do consumidor.**
- **Neuromarketing.**
- **Segmentação de mercado.**
- **O papel da pesquisa de mercado para entender o consumidor.**
- **Tópicos atuais em comportamento do consumidor.**

- **Identificar os estímulos sensoriais humanos por meio da neurociência para utilizar suas potencialidades a serviço do marketing.**
- **Avaliar os processos e decisões de compra partindo de referenciais neurocientíficos para compreender e direcionar as escolhas do consumidor.**
- **Utilizar os gatilhos mentais reconhecendo os vieses cognitivos do consumidor para aplicá-los às estratégias de marketing.**

- **Desenvolver planejamentos de marketing estratégicos utilizando ferramentas de neuromarketing com a finalidade de fornecer informações sobre o comportamento do consumidor para organizações atuantes em diversos mercados.**
- **Elaborar pesquisas de neuromarketing por meio de ferramentas da neurociência para conhecer a mentalidade do consumidor e prever suas ações.**

A disciplina adotará o modelo de sala de aula invertida e aprendizagem baseada em temáticas e situação problema. O processo de ensino aprendizagem se iniciará por meio de situações contextualizadas, que poderão ser acessadas pelos alunos em diferentes momentos e através de variados materiais exploratórios, como filmes, livros, documentários, reportagens, músicas, peças publicitárias, estudos de caso locais e globais, dentre outros elementos que lhe forneçam o entendimento das articulações transdisciplinares estabelecidas entre neurociência, marketing e comportamento do consumidor.

O processo de ensino-aprendizagem ocorrerá por meio de atividades que terão como base uma situação problema previamente definida pelo professor. Os alunos serão capazes de elaborar pesquisas sobre Neuromarketing, simular estratégias e desenvolver planejamentos de marketing estratégicos utilizando ferramentas de Neuromarketing, o que os tornarão protagonistas de seu aprendizado. Tais atividades e exercícios encaixam-se no campo das atividades verificadoras da aprendizagem presente em cada uma das aulas. A disciplina, por conta de atividades específicas da área de conhecimento, demandará, em alguns momentos, a utilização de equipamentos e laboratórios de informática.

O modelo de aprendizagem prevê a realização da Atividade Autônoma Aura AAA: duas questões elaboradas para avaliar se os objetivos estabelecidos, em cada plano de aula, foram alcançados pelos alunos. A Atividade Autônoma Aura AAA tem natureza diagnóstica e formativa, suas questões são fundamentadas em uma situação-problema, estudada previamente, e cuja resolução permite aferir o aprendizado do(s) tema/tópicos discutidos na aula.

1. Segmentação de mercado

- 1.1 Segmentação de produto e serviço.
- 1.2 Segmentação de público comprador.

2. O papel da pesquisa de mercado para entender o consumidor

- 2.1 Condução de pesquisa.
- 2.2 Pesquisa de mercado.

3. Tópicos atuais em comportamento do consumidor

Atividade prática supervisionada

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina, divididos da seguinte forma: AV e AVS AV Contemplará todos os temas abordados pela disciplina e será assim composta:

Prova individual com valor total de 7 (sete) pontos;

Realização de quiz avaliativo sobre os temas 1 e 2 com valor total de 3 (três) pontos, acompanhados pelo professor da disciplina.

A soma de todos os instrumentos que possam vir a compor o grau final da AV não poderá ultrapassar o grau máximo de 10 (dez) pontos.

AVS Contemplará todos os temas abordados pela disciplina. Será composta por uma prova no formato PNI Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior.

Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda:

- **Atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS**
- **Frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.**

**Neuromarketing: A
nova pesquisa de
comportamento
do consumidor**

Pedro de Camargo

Clique aqui para acessar

**Princípios de
Neurociências**

*Eric R. Kandel, James
Schwartz, Thomas M.
Jessell, Steven A.
Siegelbaum*

Clique aqui para acessar

**Neurociência da
Mente e do
Comportamento**

Roberto Lent

Clique aqui para acessar

Acesse o
**plano de
ensino**



Participe do
grupo de
WhatsApp



Dinâmica das aulas

- **Discussão sobre tendências**
- **Chamada**
- **Conteúdo previsto para aula**
- **Exercícios e dúvidas**

Preencha o
formulário
da disciplina





**Ficou com
alguma
dúvida?**

lucastlimajansen94@gmail.com
(81) 9 9981-2422