

PLA DOCENT

Neuromàrqueting i neurocomunicació

Presentació

El neuromàrqueting consisteix en la utilització de tècniques que pertanyen a la neurociència per intentar analitzar el comportament dels consumidors, i la neurocomunicació és l'aplicació de la neurociència en el coneixement dels processos de comunicació humana.

En aquesta acció formativa els participants podran conèixer i utilitzar tècniques de neuromàrqueting i neurocomunicació per comunicar-se amb els seus interlocutors de manera més efectiva.

Col·lectiu destinatari

Consulteu els itineraris formatius a qui va adreçada al Banc d'Accions Formatives(BAF):

- [BAF dels Ens Locals](#)
- [BAF de la Diputació de Barcelona](#)

Modalitat

Taller

Canal

Videoformació +
en línia

Requeriments dels destinataris/es

- És necessari tenir ordinador o tablet, amb càmera i micròfon.
- Es requereix que els participants tinguin la càmera activada durant tota la sessió. Aquesta mesura permet assegurar una experiència d'aprenentatge més interactiva i efectiva.

Nombre d'assistents per edició

Mínim	Òptim	Màxim
8	10	12



PLA DOCENT

Temporalització

Durada total:

12 hores

Distribució horaria:

Hores presencials: 0

Hores de videoformació: 6

Hores de treball virtual: 6

Programació setmanal orientativa:

4 setmanes

Calendari setmanal:

OBERTURA AV:

- 1 setmana abans de la 1a sessió

1a Setmana

- Sessió 1. Videoformació (1'5 h)

- Treball en línia (1'5 h)

2a Setmana

- Sessió 2. Videoformació (1'5 h)

- Treball en línia (1'5 h)

3a Setmana

- Sessió 3. Videoformació (1'5 h)

- Treball en línia (1'5 h)

4a Setmana

- Sessió 4. Videoformació (1'5 h)

- Treball en línia (1'5 h)

TANCAMENT AV:

- 1 setmana després de la darrera sessió.

Logística



PLA DOCENT

Aula Física

Ordinador participant Programari

Aula Virtual

Aula Plantilla FORMADIBA: PLANT_11053_NIN

Estat de l'aula: ACTIVA

Observacions:

Consums i preus

Consums Específics

Costos addicionals

Hores de contractació dels docents

S'ha de preveure per al docent 2 hores en concepte de feedback i 4 hores de correcció de les propostes, apart de les hores contractades pel curs.

Objectius

Conèixer i utilitzar tècniques de neuromàrqueting i neurocomunicació per comunicar-se amb els seus interlocutors de manera més efectiva.

Continguts

1. De la comunicació a la Neurocomunicació. Què és la Neurocomunicació.
2. El Cercle d'or i la Persuasió.
3. Del màrqueting al Neuromàrqueting. Què és el Neuromàrqueting?. El valor del missatge. Com definir la Proposta de valor.



PLA DOCENT

4. Tres cervells, un sol decisor: La clau de l'èxit comunicatiu.
5. Estímul que afecten al cervell primitiu. Com reacciona el cervell primitiu davant una presentació o exposició?. Com hem d'atacar al cervell primitiu per impactar en el nostre interlocutor?
6. 4 Passos per assolir presentacions i exposicions exitoses. Decàleg per fer exposicions i presentacions transformadores.

Materials formatius de consulta

Materials de referència per l'acció formativa

[Neuromàrqueting i neurocomunicació](#)

La neurocomunicació consisteix en l'aplicació de la neurociència en el coneixement dels processos de comunicació humana. Aquesta ens permet millorar les nostres comunicacions socials i incrementar la nostra probabilitat de persuadir i impactar amb el nostre interlocutor. El neuromàrqueting consisteix en la utilització de tècniques que pertanyen a la neurociència per intentar analitzar el comportament dels consumidors i conèixer i comprendre els nivells d'atenció que mostren a diferents estímuls, intentant explicar-ho des de la base de la seva activitat neuronal.

En aquest recurs s'amplia la informació sobre aquests conceptes i s'assenyalen algunes idees per poder aplicar-los en l'entorn de les organitzacions.

Col·lecció 'Síntesis de formació' de la Direcció de Serveis de Formació. Edició 2022

Materials formatius complementaris:

Orientacions metodològiques per al participant

En aquesta acció formativa es combinarà l'explicació teòrica dels conceptes, que es farà mitjançant sessions de videoformació, amb la pràctica, que es treballarà a l'aula virtual mitjançant activitats continuades per avaluar i valorar l'aprofitament.

La impartició es realitzarà a partir d'una sessió de videoformació, que es realitzarà una vegada per setmana, en la que s'introduiran els continguts del temari. La durada serà aproximadament d'una hora i 30 minuts.

Els continguts del temari exposats pel docent, estaran en format PPT (Powerpoint) o DOC



PLA DOCENT

(Word) o PDF, i accessibles a l'aula virtual; així com, vídeos explicatius o qualsevol altre material complementari del curs (links de referència, articles, etc.).

A l'aula virtual, s'habilitarà un fòrum de comunicació principal, que serà un espai de comunicació entre el docent i les persones participants, per tal d'aclarir tots els dubtes relacionats amb l'acció formativa.

Per una banda, es presentaran els continguts amb exposicions per part del docent, i els darrers 30 minuts es dedicaran a resolució de dubtes i presentació dels exercicis que hauran de realitzar els participants a partir dels continguts treballats en la videosessió. D'altra banda, a l'aula virtual el docent habilitarà un espai de lliurament de tasca per entregar les pràctiques o exercicis proposats. Aquestes pràctiques hauran de ser lliurades abans de la següent sessió de videoformació, i el docent retornarà els continguts a través del mateix espai, amb les correccions, explicacions o aclariments a cada participant. A la darrera sessió, el docent donarà feedback personalitzat de la darrera pràctica "Decàleg" per fer exposicions transformadores, i que caldrà lliurar-la abans del tancament de l'aula virtual (que es tanca una setmana després de la darrera videosessió).

L'aula virtual s'obrirà una setmana abans de la primera videosessió i es tancarà una setmana després de la darrera videosessió.

Per tant, els elements de l'avaluació seran:

- Els coneixements adquirits sobre neuromàrqueting i neurocomunicació mitjançant exercicis.
- L'aplicació de les tècniques de neuromàrqueting i neurocomunicació en un exercici pràctic final "Decàleg", per millorar la seva comunicació.

A l'apartat Material de referència per a l'acció formativa, trobareu el recurs Neuromàrqueting i neurocomunicació de la col·lecció "Síntesis de formació", que amplia la informació sobre aquests conceptes i s'assenyalen algunes idees per poder aplicar-los en l'entorn de les organitzacions.

Orientacions metodològiques per al docent

ORIENTACIONS GLOBALES PER AL DOCENT

En aquesta acció formativa es combinarà l'explicació teòrica dels conceptes, que es farà mitjançant sessions de videoformació, amb la pràctica, que es treballarà a l'aula virtual mitjançant activitats continuades per avaluar i valorar l'aprofitament.



PLA DOCENT

ACTIVITATS PRELIMINARS

El docent enviarà un missatge de benvinguda a través de l'aula virtual abans de la primera sessió virtual. En el que es farà una presentació per part del docent, i s'explicarà el funcionament de l'acció formativa.

METODOLOGIA A LES SESSIONS DE VIDEOFORMACIÓ

La impartició es realitzarà a partir d'una sessió de videoformació, que es realitzarà una vegada per setmana, en la que s'introduiran els continguts del temari. La durada serà aproximadament d'una hora i 30 minuts.

Els continguts del temari exposats pel docent, estaran en format PPT (Powerpoint) o DOC (Word) o PDF, i accessibles a l'aula virtual; així com, vídeos explicatius o qualsevol altre material complementari del curs (links de referència, articles, etc.) que deurà penjar el docent a l'aula virtual.

S'habilitarà un fòrum de comunicació principal, que serà un espai de comunicació entre el docent i les persones participants, per tal d'aclarir tots els dubtes relacionats amb l'acció formativa.

En relació als exercicis pràctics, cada docent a la proposta tècnica indicarà les pràctiques que voldrà fer, sempre d'acord amb el Pla Docent; i que després del vist-i-plau de la DSF inclourà a l'aula virtual de l'acció formativa.

Per una banda, es presentaran els continguts amb exposicions per part del docent, i els darrers 30 minuts es dedicaran a resolució de dubtes i presentació dels exercicis que hauran de realitzar els participants a partir dels continguts treballats en la videosessió.

METODOLOGIA I ACTIVITATS D'AVUACIÓ

D'altra banda, s'habilitarà un espai de lliurament de tasca per entregar les pràctiques o exercicis proposats. Aquestes pràctiques hauran de ser lliurades abans de la següent sessió de videoformació a l'espai de l'aula virtual que el docent indiqui, i el docent retornarà els continguts a través del mateix espai, amb les correccions, explicacions o aclariments a cada participant.

A la darrera sessió, el docent donarà feedback personalitzat de la darrera pràctica "Decàleg" per fer exposicions transformadores, i que caldrà lliurar-la abans del tancament de l'aula virtual (que es tanca una setmana després de la darrera videosessió).

Per tant, els elements de l'avaluació seran:



PLA DOCENT

- Els coneixements adquirits sobre neuromàrqueting i neurocomunicació mitjançant exercicis.
- L'aplicació de les tècniques de neuromàrqueting i neurocomunicació en un exercici pràctic final Decàleg per millorar la teva comunicació.

L'aula virtual s'obrirà una setmana abans de la primera videosessió i es tancarà una setmana després de la darrera videosessió.

MATERIALS FORMATIUS

A l'apartat Material de referència per a l'acció formativa, trobareu el recurs Neuromàrqueting i neurocomunicació de la col.lecció "Síntesis de formació", que amplia la informació sobre aquests conceptes i s'assenyalen algunes idees per poder aplicar-los en l'entorn de les organitzacions.

Consulta el document de suport:

[Punts bàsics per les persones docents per deixar preparada l'aula virtual](#)

Orientacions per a l'avaluació

Nivell d'avaluació

Nivell 1 Valoració de les actituds i la participació

Nivell 2 Superació d'activitats a partir d'uns criteris establerts

Nivell 3 Demostració de l'aplicabilitat al lloc de treball

Sistema d'avaluació

- Assistència
- Prova
- Producte

Metodologia d'avaluació per al participant

Els participants hauran de lliurar els exercicis a l'aula virtual, on rebran feedback individualitzat de totes les pràctiques proposades. S'habilitarà un espai de lliurament de tasca per entregar les pràctiques o exercicis proposats. Aquestes pràctiques hauran de ser lliurades abans de la següent sessió de videoformació, i el docent retornarà els continguts a través del mateix espai, amb les correccions, explicacions o aclariments a cada participant.

Puntuació dels elements d'avaluació

 **PLA DOCENT**

Puntuació mínima per superar el curs: 75

La següent graella pot adaptar-se als participants de cada edició.

Elements d'avaluació	Punts	Participant 1	Participant 2	Participant 3
L'aplicació de les tècniques de neuromàrqueting i neurocomunicació en un exercici pràctic final Decàleg per millorar la teva comunicació.	40			
Els coneixements adquirits sobre neuromàrqueting i neurocomunicació mitjançant exercicis.	60			
Puntuació Total (suma de punts)	100			

Certificació

Per assolir la qualificació d'APTE, els requeriments són:

- Haver assistit al 100% de les sessions convocades.
- Assolir un mínim de 75 punts del total dels element d'avaluació.

- Assistència
- Aprofitament