

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

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.
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 (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



PLA DOCENT

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 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

PLA DOCENT

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

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

Elements d'avaluació	Punts
Els coneixements adquirits sobre neuromàrqueting i neurocomunicació mitjançant exercicis.	60
L'aplicació de les tècniques de neuromàrqueting i neurocomunicació en un exercici pràctic final Decàleg per millorar la teva comunicació.	40
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