

# MBA em Neurociência, Consumo e Marketing — PUCRS (Edição 2025)

## Ementa / Estrutura curricular — 25 módulos

Fonte: estrutura oficial do curso na Sala Virtual PUCRS (conta da aluna Carla). Cada módulo = 8/8 unidades disponíveis.

| #  | Módulo / Disciplina                                         |
|----|-------------------------------------------------------------|
| 1  | Aula inaugural                                              |
| 2  | Neurologia: o sistema nervoso por trás do comportamento     |
| 3  | Neurociência e Vendas                                       |
| 4  | Conexão Emocional                                           |
| 5  | User Experience (UX), inteligência artificial e gamificação |
| 6  | Synaptic brain: como marcas se conectam ao nosso cérebro    |
| 7  | Desvendando o consumo pelo mapeamento de dados e algoritmos |
| 8  | Nudges, gatilhos e consumo                                  |
| 9  | Integração cérebro-máquina e futuro do consumo              |
| 10 | Futurismo: Cenários e Tendências                            |
| 11 | Advertising e a mente humana                                |
| 12 | O poder do storytelling                                     |
| 13 | (In)consciente na tomada de decisão                         |
| 14 | Cérebro e Design                                            |
| 15 | Como encantar os clientes: excelência e relacionamento      |
| 16 | A ética em pesquisas de Neurociência do consumo             |
| 17 | O consumo sob a ótica da neurociência                       |
| 18 | Neurociência e persuasão                                    |
| 19 | Cognição, memória e aprendizagem                            |
| 20 | Processo de tomada de decisão                               |

|    |                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------|
| 21 | Pesquisa de marketing com neurociência                      |
| 22 | Mente e criatividade no marketing                           |
| 23 | Profissional Integral: consciência e transformação social   |
| 24 | Aplicação do Conhecimento: Prova Final e Preparo para o TCC |
| 25 | Orientação de TCC                                           |

**Blocos temáticos:**

- **Fundamentos** (2, 17, 19, 20): base neurocientífica — sistema nervoso, cognição, memória, decisão.
- **Emoção & persuasão** (4, 11, 12, 13, 18): afeto, publicidade, storytelling, inconsciente.
- **Consumo aplicado** (3, 8, 15, 21, 22): vendas, nudges, relacionamento, pesquisa, criatividade.
- **Tecnologia & futuro** (5, 6, 7, 9, 10, 14): UX/IA/gamificação, dados, cérebro-máquina, design, tendências.
- **Ética & desenvolvimento** (16, 23): limites éticos e profissional integral.
- **Conclusão** (1, 24, 25): abertura, prova final, TCC.