



Fernando Rodrigues apresenta livro dedicado ao Neuromarketing



Fernando Rodrigues esteve a convite do DESG/CETRAD em colaboração com a ECHS a apresentar o seu novo livro “Princípios De Neuromarketing: Neurociência Cognitiva Aplicada Ao Consumo, Espaços e Design”, à qual assistiram cerca de 90 pessoas entre alunos de Gestão, Economia, Animação cultural e comunitária, mestrado em gestão, Ciências da comunicação, no âmbito da UC de marketing e outros interessados nestas temáticas.

Fernando rodrigues apresentou os diferentes capítulos do livro, interagindo com a assistência para demonstrar situações relatadas no livro. Trata-se, segundo o autor, de um livro que reúne num único volume as temáticas mais estudadas no neuromarketing.

“Desenhamos assim o primeiro livro sobre Neurociência Aplicada ao Consumo totalmente escrito em português e publicado em Portugal, dando origem a um livro que visa ser o pilar desse campo para os mais diversos profissionais, desde de psicólogos, marketers, publicitários, arquitetos, designers,

gestores ou mesmo comerciais e líderes de equipas de vendas, no qual irão encontrar respostas a muitas dúvidas e, o ponto valioso deste livro, dicas para atuar de forma emocional no seu dia-a-dia profissional.”

Esta obra aborda desde os princípios da biologia à genética, neurobiologia básica dos processos de tomada de decisão, e faz uma incursão pelo “mundo dos paradigmas e equipamentos utilizados nas pesquisas de neurociência aplicada ao consumo, como o EEG, Eye Tracking ou ainda Realidade Virtual.”