

Факультатив «Нейромаркетинг»

Искусственный интеллект
уничтожает десятки
профессий и миллионы
рабочих мест по всему миру...

Гаджеты шпионят за своими
владельцами и оглушают их...

Илон Маск и его Нейролинк
серийно вживляют
электронные чипы в мозг
людям...

Сегодня мир меняется
быстрее, чем когда-либо
раньше. Угрозы множатся,
тревоги пугают, и
единственное, что точно
перейдет из сегодня в завтра –
это сами люди, их чувства,
эмоции, их нейрореакции.



Выбирай и приходи!

Курс "Нейромаркетинг" даст опору для **понимания реакций потребителей**, познакомит с **инструментами для измерения этих реакций**.

Уверенно и профессионально, шаг за шагом, своими руками и **творчески** студенты будут самостоятельно создавать новые исследовательские методики. Новые, потому что мы учим **успевать за технологиями и опережать** их. Кто-то "выбирает сердцем", а кто-то "включает голову", кто-то "любит ушами", а кто-то "чувствует кожей" - взвешенное решение приближает яркий процесс и эффектный результат... **И это все "Нейромаркетинг"**.



**Старт уже в
феврале!**

*Внимание:
число мест ограничено



Основные блоки программы



А. НЕЙРО- ("КАК ЭТО РАБОТАЕТ")



Б. -МАРКЕТИНГ ("КАК ЭТО ИСПОЛЬЗОВАТЬ")



В. ДЛЯ КУЛЬТУРНЫХ И ЗАКОНОПОСЛУШНЫХ
(РЕГУЛИРОВАНИЕ;
КУЛЬТУРНЫЕ КОДЫ)



Г. ПРАКТИКУМ

Контент курса

Блок А. Нейрореакции, что они показывают, и как их измеряют

1. Мозг и периферия.
2. Эмоции или холодный расчет? Эмоции и инстинкты только!
3. Немножко анатомии: кора и подкорка, префронтальная кора, гиппокамп, миндалина. Мозжечок. Периферия - сенсорика и вегетатика.
4. (добавочный) Совсем немножко физиологии: нейрон, синапс, нейронные сети
5. Примеры работы: оси (внимание/ воля/ действие; страх/ стресс/ действие); болезни (тревожность/ депрессия/ бездействие); инстинкты
6. Чем измерить? МРТ, ЭЭГ, айтрекер, полиграф.

Блок Б. Маркетинговые задачи и приложения для нейро.

1. Тестирование и оптимизация кинотрейлеров и ТВ-рекламы.
2. Анализ потребительского поведения на сайтах и в приложениях.
3. Анализ рынка наружной рекламы в заданной локации.
4. Оптимизация оформления карточек для позиционирования бренда на маркетплейсе.
5. Оценка восприятия бренда одежды в целевой группе.

Блок В. Культурные коды. Взаимодействие в цепочке мозг - социум - цивилизация.

1. Правовое регулирование нейромаркетинга в России и в мире.
2. Этические парадоксы.
3. Особенности разных культурных традиций в отношении нейромаркетинга.
4. Культурный код - как его можно формализовать и измерить на основе нейрореакций.
5. Нейротехнологии и маркетинг будущего - прогноз технологического вектора развития.

Блок Г. Практикум

(примерно 3/4 времени будет выделено для самостоятельной работы головой и руками, для решения актуальных задач реально работающих бизнесов)

Ждем на курсе!

