

Нейромаркетинг

ФИО преподавателя: Галкина Наталия Валентиновна

Цель освоения дисциплины: Научить планировать нейромаркетинговое исследование под различные маркетинговые задачи с пониманием его возможностей, ограничений, целесообразности, интерпретации полученных результатов и их использования в маркетинговых стратегиях.

Краткое содержание дисциплины: Курс посвящен нейромаркетингу как технологическому методу маркетинговых исследований, основывающемуся на объективных параметрах человеческой реакции. Вы узнаете, как можно измерить эмоции и внимание, интерес и запоминаемость; вы научитесь проектировать нейромаркетинговое исследование под разного типа маркетинговые задачи, с учетом возможностей нейромаркетинга, его технических, бюджетных и прочих ограничений, доступных задач и т.д; вы узнаете, как можно использовать нейромаркетинговые методы исследования для тестирования упаковки, компьютерной игры, рекламного ролика и постера, кинофильма, для выявления восприятия бренда, оптимальной цены и многого другого; вы научитесь интерпретировать полученные результаты и встраивать их в маркетинговые стратегии.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме экзамена.