

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.

Место дисциплины в учебном плане: вариативная, триместр: четвертый.

Краткое содержание дисциплины:

Дисциплина посвящена 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 трудоёмкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Язык преподавания: русский.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме устного опроса.