Нейромаркетинг

Метою курсу є формування у студентів системи знань, спрямованих на розуміння механізмів мотивації поведінки, функцій вибору і прийняття рішень людиною в різних сферах економічної діяльності та відповідних практичних навичок



Чуприна Олена Оскарівна,
д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу та туризму

Змістовні модулі:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи нейромаркетингу та його інструменти
Змістовий модуль 2. Прикладні дослідження в сфері нейромаркетингу
Змістовий модуль 3. Технології нейромаркетингу

Результати навчання:

демонструвати розуміння теоретичних основ нейромаркетингу; передумов клієнтської поведінки, психіки і поведінки людини, психофізіологічних та нейропсихологічних механізмів;
- володіти навичками, достатніми для проведення досліджень мотивації поведінки особистості, споживчих реакцій;
- визначати особливості психологічних механізмів групової поведінки, сприйняття різних сенсорних компонентів у осіб різного віку;
- застосовувати провідні технології для забезпечення ефективної діяльності організацій;
- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища..

Семестр: 3 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму