Практичне заняття 13

**Тема: Нейромаркетинг**

Питання для обговорення

1. Дайте визначення поняттю «нейромаркетинг».
2. У чому суть комунікаційної концепції маркетингу?
3. Які причини впливають на швидкий ріст популярності нейромаркетингу в сфері бізнес-досліджень?
4. Які Ви знаєте психологічні прийоми нейромаркетингу?
5. Які види нейромаркетингу виділяють?

Завдання 1.

Розтлумачте твердження бізнес-консультанта Арндта Трайндла, який стверджував, що «не цінова політика, а знання природи емоцій – ось, що вдихне життя в ринки, що вмирають».

Завдання 2.

З чим пов’язане таке твердження маркетологів: «Поява нейромаркетингу стала закономірним етапом у розвитку комунікаційних технологій»?

Завдання 3.

Наведіть аргументи «за» та «проти» етичності використання нейродосліджень у сфері бізнесу.

Завдання 4.

Зробити добірку прикладів міжнародних рекламних кампаній, які використовували нейротехнології різних видів