

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 9 «Нейромаркетинг»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 7 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Рейкін Віталій Самсонович
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики розподілу і збуту.
Що буде вивчатися	Нейромаркетинг як наука про управління поведінкою споживачів. Нейрофізіологія як основа нейромаркетингу. Закони поведінки споживачів. Принципи та прийоми нейромаркетингу. Аромамаркетинг, візуальний та аудіомаркетинг. Текстова мова, форма тексту. Психологія тексту.
Чому це цікаво/треба вивчати	Нейромаркетинг – це, в першу чергу, комплексна галузь знань, яка вивчає реакцію людини на рекламу. Його основне завдання – виявити закономірності, за якими споживачі реагують на різні види рекламних стимулів. Нейромаркетинг – це практичне використання нейрофізіології, економіки та психології в галузі маркетингу.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

	ПРНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.