

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/49208>

Тип работы: Статья

Предмет: Информационные технологии

-

Термин «нейромаркетинг» представляет собой слияние слов «нейробиология» (наука об устройстве, функционировании и развитии нервной системы) и «маркетинг».

Эйл Смидтс, автор термина, считает, что нейромаркетинг позволяет «лучше понять потребителя и его реакцию на маркетинговые раздражители путём прямого измерения процессов в мозгу» и повысить «эффективность методов маркетинга, изучая реакцию мозга». [1]

Нейромаркетинг помогает определить отношение потребителя к продукции еще до того, как он сам осознал свое отношение, и даже позволяет непосредственно влиять на выбор.

В этом и есть главное отличие нейромаркетинга от традиционного маркетинга, – он не требует сбора и анализа данных о субъективных предпочтениях покупателя.

В нейромаркетинге используется множество методов, позволяющих выявить подсознательное отношение потребителя к продукции/дизайну/рекламе и их составным элементам. [2]

Вот некоторые из них:

- Наблюдение за сердечно-сосудистой системой человека (измерение частоты сердечных сокращений, давления и тонуса сосудов);
- Измерение электрического сопротивления кожи (для выявления повышенного потоотделения);
- Регистрация сокращения мышц лица;
- Айтрекинг (регистрация направления взгляда, размера зрачка и длительности задержки взгляда).

Айтрекинг позволяет определить степень концентрации человека на том или ином объекте и изменение его эмоционального состояния.

- Анализ вызванных потенциалов (анализ реакции)

Список литературы

1. Багдасарян Р.Х., Шевцова Ю.О. "ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕКЛАМЕ"
2. Багдасарян Р.Х., Усякая Е.С. "К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ В РЕКЛАМЕ "
3. БАГДАСАРИАН Р.Х., ЧЕРТОГАНОВ К.А. "РЕШЕНИЕ СЛОЖНОЙ ЗАДАЧИ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ"

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/49208>