

ФОРМА опису вибіркової навчальної дисципліни*

Назва дисципліни	2-061-2-2_Нейромаркетинг – сучасний напрямок у маркетинговій комунікації та дослідженнях
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика Реклами та зв'язків з громадськістю
Кафедра	Реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	Демченко Максим Володимирович, доцент кафедри Реклами та зв'язків з громадськістю
Рівень ВО	магістр
Курс (на якому буде викладатись)	
Мова викладання	українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Студент повинен мати базові теоретичні знання які базуються на вивченні нормативних дисциплін: «Теорія та історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Професійна підготовка», «Система маркетингових комунікацій», «Медіапланування»
Що буде вивчатися	У програмі дисципліни вивчення: сучасних прийомів та технологій у маркетинговій комунікації заснованих на останніх дослідженнях у сфері нейромаркетингу
Чому це цікаво/треба вивчати	Ви отримаєте знання про те як просувати бренд на ринку за допомогою новітніх методів та прийомів у маркетинговій комунікації, що впливають на підсвідомість споживачів та формують споживчі уявлення
Чому можна навчитися (результати навчання)	Використанню сучасних методів та прийомів у маркетинговій комунікації
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Набуті компетентності – навички по розробці маркетингової комунікації бренду з використанням методів та прийомів нейромаркетингу
Інформаційне забезпечення	Опорні конспекти лекцій, спеціалізована наукова література, електронні ресурси та джерела.
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції та практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	25
Мінімальна кількість здобувачів (для мовних та творчих дисциплін)	