

Wykorzystanie neuromarketingowych praktyce biznesowej

badań w

Rozdział 1

Koniec ery intuicyjnego marketingu

1.1 Zakres pojęciowy neuromarketingu..... 10

1.2 Neuromarketing w innowacyjnej firmie13

Rozdział 2

Badania neuromarketingowe

2.1 Funkcjonalny rezonans magnetyczny (fMRI)..... 18

2.2 Elektroencefalografia EEG19

2.3 Eye-tracking (okulografia)..... 21

2.4 Metoda ZMET22

Rozdział 3

Wykorzystanie badań neuromarketingowych w praktyce biznesowej

3.1 Paradoks Pepsi (przykład efektywnego wykorzystania)25

3.2 McDonalds (przykład nieetycznych praktyk)28

Podsumowanie32

Bibliografia..... 34

Załączniki.....36