

Tüketici Nöro Bilimi ve Nöro Pazarlamaya Giriş

Eğitim Programı

Bu eğitim programı ile cevabını bulabileceğiniz sorulardan birkaçı:

- Bir nöro pazarlama araştırması nasıl yapılır?
- Nöro pazarlama araştırmalarında hangi veri toplama yazılımları kullanılır?
- Nöro pazarlama araştırmalarında kullanılan teknolojiler nelerdir?
- En uygun yazılım ve cihaz seçimi nasıl yapılır?
- Laboratuvar ortamı nasıl hazırlanmalı?
- Deney tasarımında dikkat edilmesi gereken kritik faktörler nelerdir?
- Doğru örneklem seçiminin kıstasları nelerdir?
- Nörofizyolojik tepkiler nelerdir?
- Nörofizyolojik tepkiler nöro pazarlama araştırmalarında nasıl değerlendirilir?

Eğitimin Kapsamı ve Hedefi

Nöro bilim araştırmaları son yıllarda sosyal bilimlerle entegrasyon sağlamak ve pazarlama, siyaset, mimari, psikoloji gibi alanlarda da paradigma değişimlerine sebep olmaktadır. 2000’li yılların başından itibaren özellikle pazarlama araştırmalarında sıklıkla kullanılmaya başlanan nöro bilim araştırmaları, tüketici nöro bilimi ya da nöro pazarlama denilen yeni bir alanın oluşmasını sağlamıştır. Bu eğitim programı ile, geleneksel araştırma yöntemleriyle elde edilemeyen tüketici algıları ve içgörülerinin tespit edildiği nöro pazarlama araştırmalarının mutfağını göstermek ve araştırmaları doğru okumayı öğretmek amaçlanmaktadır. Bu eğitim programının sonunda katılımcılar; beyin-davranış ilişkisine dair temel bilgileri, nöro pazarlama bulgularını ve bunları pazarlama stratejilerinde nasıl uygulayabileceklerini, nöro pazarlama araştırmalarının nasıl yapıldığını bizzat deneyimleyerek öğrenecekler.

Kimler Katılmalı?

Bu eğitim programı temel olarak üç ana gruptaki kitleye hitap etmektedir:

- Tüketicilerin pazarlama iletişimi uyaranlarına dair nöro bilimsel tekniklerle elde edilen iç görülerini okuyarak iletişim stratejilerinde kullanmayı amaçlayan pazarlama profesyonelleri
- Tüketici Nöro Bilimi ve Nöro Pazarlama alanında akademik çalışmalar hedefleyen akademisyenler
- Nöro bilimsel araştırmaların sosyal bilimlerde kullanımına yönelik altyapı oluşturmayı hedefleyen kantitatif ve kalitatif araştırmacılar

Eğitim Programının İçeriği

1. Bölüm: Beyin Bilimine Giriş

- Beyine Genel Bir Bakış
- Beynin fonksiyonel işlevleri ve nöroanatomiye giriş
- Beyin-Davranış İlişkisinin Kısa Tarihi
- Sinir Sistemi
- Limbik Sistem
- Beyin Ödül Sistemi
- Karar Verme Sistemleri

2. Bölüm: Nöro Pazarlamaya Giriş

- Nöro Pazarlama ve Tüketici Nöro Bilimi nedir?
- Geleneksel Araştırmalar ve Nöro Bilim Araştırmalarının farkı
- Neden nöro pazarlama?
- Duyguların Önemi
- Bilinçli ve Bilinçdışı Karar Süreçlerinin Tüketici Davranışlarıyla İlişkisi

3. Bölüm: Nöro Pazarlama Ölçümleri ve Workshop

- Ölçüm Teknikleri (EEG, Eye Tracking, Facial Coding, GSR, Kalp Ritmi)
- Temel Bulgular (Dikkat, duygusal uyarım, yaklaşma/kaçınma motivasyonu, heyecan/stres, 9 spesifik duygu)
- Uygulama alanlarından örnekler
- Ölçüm tekniklerinin kullanıldığı workshop çalışmaları

Eğitimci:

Kılınç Orhan Erdemir:

1980 yılında Karşıyaka İzmir’de doğdu. Üniversite eğitimi sırasıyla Muğla Üniversitesi Kamu Yönetimi (lisans), Kadir Has Üniversitesi M.B.A. (1. yüksek lisans), Üsküdar Üniversitesi Nöro Bilim (2. yüksek lisans) alanlarındadır. Kişisel bakım, inşaat ve perakende sektörlerinde yurtiçi ve yurtdışı ürün, marka ve pazarlama yöneticiliği yapan Erdemir, 2010 yılından itibaren beyin ve tüketici davranışları arasındaki ilişkiye odaklanmaya başladı. Nöro bilim bulgularının pazarlama ve marka iletişimine nasıl yön verebileceğine dair çalışmalarına, 2014’den bu yana Neuro Discover araştırma şirketinin kurucu ortağı ve yöneticisi olarak devam etmektedir. “Nöro Pazarlamaya Giriş” adlı kitabıyla nörofizyolojik ölçümlerin pazarlama iletişimde nasıl kullanılabileceğini anlatan Erdemir, Tüketici Nöro Bilimi alanında akademik çalışmalarını da sürdürmektedir.



Workshop

Türkiye’de ilk defa bir nöro pazarlama eğitimi, tüm yöntemleriyle gerçek araştırmalar yaparak öğrenme imkanı sağlamaktadır. Nöro bilimin pazarlama araştırmalarında nasıl kullanıldığına ilişkin örnekler, EEG, Eye tracking, Facial Coding, GSR, Kalp ritmi ölçümleme sistemleri ile uygulamalı olarak anlatılacaktır. Bu sayede katılımcılar kendi araştırmalarını yapacakları veya dışarıdan araştırma hizmeti alacakları zaman araştırmanın tekniğini ve metodunu kontrol edebilecek; test, kalibrasyon, veri toplama, analiz süreçlerini bizzat deneyimleyerek öğrenecektir.

Katılım Belgesi: Tüm katılımcılara, katılım belgesi verilecektir.

Eğitim saatleri: 10:00 - 17:00 saatleri arasındadır.

Katılımcı Sayısı: Şirket içi eğitimlerde katılımcı sayısı sınırlaması yoktur.

Eğitim Bedeli: 499 + KDV (1 Kişi için geçerli fiyattır)

Ödeme Şekli: Havale