

Minor Neuromarketing 2018-2019

Waarom dit semester?

In deze minor staat centraal dat je neuromarketing leert kennen en toepassen. Je kent en ervaart de psychofysiologische meettechnieken en leert hoe je de resultaten uit neuro-onderzoek kunt toepassen binnen de marketing. Je kruipt in de huid van een neuromarketeer, raakt bekend met het brein en gedrag en de rol die neuromarketing speelt bij het verbeteren van de marketingbeslissingen en marketingresultaten.

Opbouw semester

Het semester is opgezet in een blok van 10 weken. In dit blok staat de theorie van neuromarketing centraal en wordt er gewerkt aan het toepassen van neuromarketing in een praktijksituatie. Verder is er aandacht voor de ethische aspecten rondom neuromarketing.

Programma

- Vanuit een (marketingcommunicatie) probleem voor een organisatie wordt een analyse opgesteld om te komen tot een implementatie en toepassing van neuromarketing.
- Theorie voor het opstellen van de opdracht neuromarketing in de praktijk.
- Het opstellen van een individuele opdracht ethisch handelen binnen neuromarketing.

Leerdoelen

Na het voltooien van het semester kun je:

1. Kennis en begrippen van de onderzoekstechnieken van neuromarketing herkennen;
2. Oordelen over claims uit de neuromarketing;
3. Toepassen van neuromarketing in het marketing- en communicatiebeleid van de organisatie;
4. Toepassen van ethische aspecten van de neurowetenschap in de marketing.

Te ontwikkelen competenties

Met name de competenties onderzoekend vermogen, resultaatgerichtheid, communiceren, innovatief vermogen, klantgerichtheid en ethisch handelen worden ontwikkeld gedurende deze minor. De opgedane kennis en skills in de minor zijn toepasbaar bij zowel het afstuderen als in de eigen beroepspraktijk.

Deadlines en toetsdata

- NM1 – Tentamen Neuromarketing
- NM2 – Opdracht Neuromarketing
- Ethiekopdracht (individueel)

Kalenderweek

Week 44
Week 42
Week 42

Studiepunten

6 EC
9 EC

→ totaal: 15 EC

Welke werkvormen zijn er en wat wordt er van je verwacht?

De opdracht Neuromarketing is een groepsopdracht (groeps grootte maximaal 3 studenten) en de ethiekopdracht is een individuele opdracht.

Van de student wordt een actieve bijdrage verwacht: je stelt voor een gekozen organisatie een implementatieplan voor neuromarketing op. Aan de hand van interactieve (hoor)colleges, waarin je zelf een actieve rol speelt, gastcolleges verzorgd door vakspecialisten, interessante en actuele cases uit de praktijk en multimediale presentaties en lesondersteuning, worden de lessen afwisselend en zo attractief mogelijk ingericht. Er wordt tijd ingeruimd voor instructiecolleges, het werken aan je eigen opdracht, discussie met docent en medestudenten en het presenteren van gemaakte plannen.

Opbouw opleiding en plek in het curriculum

	Semesters	PP3.0
Jaar 1	1. Marketing Basics & Sust.	
	2. Marktonderzoek	
Jaar 2	3. Sales, Inkoop & Finance	Startgesprek
	4. Strat. Markt. en Management	
Jaar 3	5. Marketingcommunicatie	Niveau 2 assessment
	6. Minor	
Jaar 4	7. Afstudeeropdracht	Niveau 3 assessment

De minor Neuromarketing geeft handvatten om de rest van je opleidingscarrière (aan de HvA) op een gedegen wijze te kunnen vervullen. Met name in het afstudeersemerster is neuromarketing een onderwerp om beroepsmatig effectief te kunnen zijn.

De opbouw van de opleiding is te vinden op: <https://studiegids.hva.nl/studiegids?edu=ce-dt&acy=2017-2018>

Studiepunten:

15 EC

Verplichte literatuur

- Zeeland van E., *Basisboek Neuromarketing*, 1^e druk, Coutinho 9789046905180
- Postma P., *Anatomie van verleiding*, 1^e druk, ADRO Groep 9789491560125

Aanbevolen literatuur

- Renvoise P. en Morin C., *Neuromarketing*, Thoms Nelson 9781595551351
- Aalderen van S. ea, *Kijken in het brein*, Querido uitgevers, 9789021457567
- Swaab, D., *Wij zijn ons brein*, 46^{ste} druk, Olympus, 9789046705063
- Dooley, R., *Brainfluence. 100 ways to persuade and convince consumers with neuromarketing*, Wiley 9781118113363
- Lindstrom, M., *Buyology*. Lev. Uitgevers 9789400501386
- Kaptein, M., *Persuasion Profiling. How the internet knows what makes you tick*. Business Contact 9789047008729
- Harris, S., *Free will*. Free Press. 9781451683400
- Feldman-Barrett, L., *How emotions are made. The secret life of the brain*. Macmillan 9781509837496

Docenten

Bart de Haan; b.g.de.haan@hva.nl; +31624431800

Victor Klop; v.klop2@hva.nl; +31652095111

Belinda Dolman (gastdocent)

Locatie, dagdelen

De bijeenkomsten zijn op dinsdag- en donderdagavond (18.40-22.00 uur) en vinden plaats op het Wibauthuis, Wibautstraat 3b, 1091 GH Amsterdam.

Overige bijlagen

Bij deze handleiding horen vier bijlagen die te vinden zijn op MijnHvA onder de minor Neuromarketing:

Bijlage 1. Beoordelingsformulieren

Bijlage 2. Weekplanning & Aanbevolen websites

Bijlage 3. Toelichting competentieontwikkeling, doelen en beroepsproducten

Bijlage 4. Toetsmatrijs