

Održana promocija knjige profesora Dragana Koleva

JEDNA OD PRVIH MONOGRAFIJA O NEURONAUCI U MARKETINGU NA NAŠIM PROSTORIMA

Promocija knjige Neuromarketing: teorija i praksa našeg profesora doktora Dragana Koleva održana je 28. juna u prostorijama Panevropskog univerziteta.

O knjizi su govorili rektor Panevropskog univerziteta „Apeiron“, akademik prof. dr Zoran Avramović, doc. dr Jana Aleksić Anđelić, prof. dr Živorad Maličević i prof. dr Nera Zivlak.

„Onog trenutka kada je reakcija mozga na neki marketinški podražaj postala ne samo vidljiva, već i kvantitativno mjerljiva, marketing je zakoračio u novo područje, čije dimenzije ovog trenutka možemo samo da naslutimo“, kazao je autor. Istakao je, takođe, da neuromarketing predstavlja primjenu neuronauke u oblasti marketinga, ali i sasvim novi pristup psihologiji prodaje i pružanju usluga. „On nastoji da otkrije cente u ljudskom mozgu koji postaju naglašeno aktivni usljed djelovanja nekog spoljašnjeg stimulusa. Ti centi značajno utiču i na potrošačko ponašanje, a da potrošač često toga nije ni svjestan. Tako obezbjeđuje nove mogućnosti marketarima da bolje razumiju ponašanje potrošača i svoju naučnu pažnju usmjerava sa fenomena svijesti ka podsvijesti i emocijama, naglašava profesor Kolev.

Profesor doktor Darko Tadić u recenziji je rekao: Knjiga „Neuromarketing: teorija i praksa“ profesora Koleva predstavlja, ako ne prvu, onda jednu od prvih stručnih monografija na ovu temu na našim prostorima. Namijenjena je iskusnim profesionalcima marketinga, oglašavanja, prodaje i odnosa sa javnošću, ali i studentima tržišnih komunikacija. Knjiga prikazuje neuromarketing kao novi marketinški koncept ali i kao praktični alat primjenjiv u tržišnoj praksi. Knjiga uspijeva da na jasan način čitaoca provede kroz uzbudljive tajne ljudskog uma i ponašanja potrošača, naročito u domenu manipulacije koja se praktikuje u politici ili savremenoj tržišnoj ekonomiji. Smatram da je ovom stručnom monografijom autor dao vrijedan doprinos domaćoj naučnoj misli i marketinškoj praksi i da će knjiga poslužiti primjeni neuromarketinških principa u jačanju domaćeg znanja i tržišne prakse.

01. jul 2019. godina

Služba za odnose sa javnošću