

A STUDY IN PRIMARY SCHOOL STUDENTS' NEUROMARKETING PERCEPTIONS

ΜΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΜΑΘΗΤΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΣΧΟΛΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟ NEΥΡΟΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Stefanos Balaskas a Christos Zotos

Abstract

As technology evolves and people get more familiar with new technological developments, we are introduced to new and unknown concepts. Access to these new instruments allows us to examine the complexities of human nature in great depth and detail, both behaviorally and cognitively. The neurosciences have transcended the confines of a strictly academic framework, and aspects of them, such as neuromarketing, have been interwoven into our daily lives. An idea that is gaining popularity, and its impacts on purchasing decisions are being explored. However, it is vital to investigate how the coming generation comprehends these notions and how they anticipate they will influence the future. The goal of this exploratory research is to investigate primary school students' perceptions of neuromarketing (interest & participation, awareness & knowledge, ethics) utilizing a pre-constructed perception study questionnaire on this topic.

Keywords: neuromarketing, primary school students, interest, awareness, ethics

Abstrakt

Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται και οι άνθρωποι γίνονται περισσότερο οικείοι με τις νέες εξελίξεις, ερχόμαστε αντιμέτωποι με ολοένα και περισσότερες καινοτόμες και άγνωστες ιδέες. Έχοντας κανείς πρόσβαση σε τέτοιου είδους εργαλεία μπορεί να εξετάσει την πολυπλοκότητα την ανθρώπινης φύσης με μεγάλη λεπτομέρεια, τόσο από πλευράς συμπεριφοράς όσο και από πλευράς αντιληπτικής ικανότητας. Οι νευροεπιστήμες έχουν ξεπεράσει τα αυστηρά όρια ενός ακαδημαϊκού πλαισίου, και διάφορες πτυχές τους, όπως το νευρομάρκετινγκ, έχουν ενσωματωθεί στην καθημερινή ζωή μας. Η ιδέα αυτή έχει αποκτήσει αρκετή δημοσιότητα τελευταία, και οι επιπτώσεις της στις αγοραστικές αποφάσεις εξερευνούνται διαρκώς. Ωστόσο, είναι σημαντικό να εξακριβωθεί κατά πόσο η επόμενη γενιά κατανοεί αυτές τις έννοιες και αντιλαμβάνεται την επίδραση που θα έχουν στο μέλλον. Στόχος της έρευνας αυτής είναι να διερευνήσει την αντίληψη μαθητών δημοτικών σχολείων σχετικά με το νευρομάρκετινγκ (ενδιαφέρον & συμμετοχή, επίγνωση & κατανόηση, ηθική) αξιοποιώντας ένα ήδη διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο πάνω στο εν προκειμένω θέμα.

Κλίχονά slova: Νευρομάρκετινγκ, Μαθητές Δημοτικού Σχολείου, Ενδιαφέρον, Επίγνωση, Ηθική

Kontakt

University of Patras, Greece