



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



14 czerwca 2010 Centrum Doradztwa dla Studentów po raz kolejny zorganizowało wykład otwarty pt:

„ Osiem grzechów głównych reklamy” tym razem dla studentów Wydziału Ekonomicznego WSB w Opolu.

Wykład ponownie został wygłoszony przez mgr Jarosława Świątka – psychologa społecznego, właściciela firmy badawczej Before, redaktora naczelnego Polskiego Portalu Psychologii Społecznej (psychologia-spoleczna.pl), konsultanta i komentatora m.in. dla Polsatu News i Radia Warszawa.

Jarosław Świątek reprezentuje innowacyjny nurt badań marketingowych oraz nowoczesną koncepcję torowania asocjacji brandowych w reklamie.

Podczas wykładu studenci mieli okazję dowiedzieć się dlaczego tradycyjne metody badania skuteczności reklam zawodzą i jakie są najnowsze trendy w badaniach marketingowych (oparte na teoriach neurobiologicznych).

W ciekawy sposób zostały zaprezentowane i omówione przykłady reklam, które zapewniły swoim produktom sukces lub porażkę w sprzedaży – co sprawiło, że Plus stał się numerem jeden w polskiej telefonii komórkowej? Jakie błędy popełnili twórcy reklam Heyah?

Na wykładzie poruszone zostało także zagadnienie - jakie szczegóły zapewniają wzrost sprzedaży luksusowych produktów a także wiele innych ważnych kwestii.