

Artykuł pochodzi z publikacji: Zeszyty Naukowe WSP nr 3/2017 Technologie. Procesy. Bezpieczeństwo. (Red. tomu) M. Chrząścik, Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Show Businessu, Warszawa 2018

Istota badań pomiarowych z wykorzystaniem narzędzi Eye-tracking

Abstrakt

Reklama jest zagadnieniem bardzo rozpowszechnionym ze względu na swój charakter oddziaływania na odbiorcę. Na co dzień nie zastanawiamy się nad tym, w jaki sposób reklama jest tworzona, aby była w jak największym stopniu efektywna oraz zrealizowała zamierzone cele.

Celem niniejszej publikacji jest zaprezentowanie metody pomiarowej eye-tracking oraz odpowiednich narzędzi wykorzystywanych dzięki niej.

Słowa kluczowe: reklama, klient, badania pomiarowe, Eye-tracking

Abstract - The essence of measurement tests using Eye-tracking tools

Advertising is a very widespread issue due to its impact on the recipient. On a daily basis, we do not think about how the advertisement is created, to be as effective as possible and achieve its goals.

The aim of this publication is to present the eye-tracking measurement method and appropriate tools that are used by it.

Key words: advertisement, client, measurement tests, Eye-tracking