

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 23.06.2022 11:13:42

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd52c70e0b74ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт** менеджмента

**Кафедра** Маркетинга, логистики и рекламы

## **АННОТАЦИЯ**

<b>Наименование дисциплины</b>	Б1.В.03 Технологии и инструменты нейромаркетинга
<b>Основная профессиональная образовательная программа</b>	38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Технологии и инструменты нейромаркетинга входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Современные проблемы менеджмента, Стратегическое маркетинговое планирование, Иностранный язык в профессиональной деятельности, Русский язык и культура речи, Русский язык как иностранный, Управление поведением потребителей

Последующие дисциплины по связям компетенций: Медиапланирование, Маркетинговая аналитика

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Технологии и инструменты нейромаркетинга в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-1	УК-1.1: Знать:	УК-1.2: Уметь:	УК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях

УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-5	УК-5.1: Знать:	УК-5.2: Уметь:	УК-5.3: Владеть (иметь навыки):
	сущность, разнообразие и	обеспечивать и поддерживать	способами анализа разногласий и конфликтов

	особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь	взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия	в межкультурной коммуникации и их разрешения
--	---	---	--

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен владеть методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:  методы организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов	ПК-2.2: Уметь:  организовать и запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):  методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 3
Контактная работа, в том числе:	18.3/0.51
Занятия лекционного типа	8/0.22
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	127.7/3.55
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	180
Зачетные единицы	5

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Технологии и инструменты нейромаркетинга представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий

##### Очная форма обучения

№	Наименование темы	Контактная работа	Л	С	Планируемые
---	-------------------	-------------------	---	---	-------------

п/п	(раздела) дисциплины	Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР	ГКР	результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
			Практич. занятия				
1.	Теоретические основы нейромаркетинга	4	4				УК-1.1, УК-1.2, УК -1.3, УК-5.1, УК- 5.2, УК-5.3, ПК- 2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.	Практический аспект применения нейромаркетинга	4	4				УК-1.1, УК-1.2, УК -1.3, УК-5.1, УК- 5.2, УК-5.3, ПК- 2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
	Контроль	34					
	<b>Итого</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0.3</b>	<b>2</b>	<b>127.7</b>	

#### 4.2 Содержание разделов и тем

##### 4.2.1 Контактная работа

###### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теоретические основы нейромаркетинга	лекция	Роль и значение нейромаркетинга в маркетинговой деятельности предприятия
		лекция	Методы и инструменты нейромаркетинга
2.	Практический аспект применения нейромаркетинга	лекция	Планирование и нейромаркетинговые исследования
		лекция	Практика и особенности применения нейромаркетинговых инструментов

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

###### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теоретические основы нейромаркетинга	практическое занятие	Роль и значение нейромаркетинга в маркетинговой деятельности предприятия

		практическое занятие	Методы и инструменты нейромаркетинга
2.	Практический аспект применения нейромаркетинга	практическое занятие	Планирование и нейромаркетинговые исследования
		практическое занятие	Практика и особенности применения нейромаркетинговых инструментов

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### **Иная контактная работа**

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### **4.2.2 Самостоятельная работа**

<b>№п/п</b>	<b>Наименование темы (раздела) дисциплины</b>	<b>Вид самостоятельной работы ***</b>
1.	Теоретические основы нейромаркетинга	- подготовка доклада
2.	Практический аспект применения нейромаркетинга	- подготовка доклада

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ