

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.05.2024 11:55:14  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»  
Экономический факультет**  
\_\_\_\_\_  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **НЕЙРОМАРКЕТИНГ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **МАРКЕТИНГ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Нейромаркетинг» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 3 разделов и 6 тем и направлена на изучение

Целью освоения дисциплины является сформировать у слушателей теоретические знания и практические навыки применения основных инструментов нейромаркетинга на современном предприятии.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Нейромаркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных; УК-12.3 ;
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	ПК-1.1 Знает и владеет мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-1.2 Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры; ПК-1.3 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-1.4 Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании; ПК-1.5 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Нейромаркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Нейромаркетинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	<p><i>Основы научных исследований**;</i>  <i>Информатика;</i>  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Сторителлинг данных**;</i>  <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Технологические революции и экономический рост**;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i></p>	<p><i>Маркетинговое администрирование**;</i>  <i>Управление маркетинговыми проектами**;</i>  <i>Персональный брендинг**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Экономика цифровых рынков**;</i>  <i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>CRM системы и программы лояльности**;</i>  <i>Маркетинговая логистика**;</i>  Технологии и практика программирования на языке Python для гуманитарных специальностей;  <i>Marketing logistics**;</i>  <i>Контент-маркетинг**;</i>  Производственно-технологическая практика;  Преддипломная практика;</p>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><i>Макроэкономика;</i>  <i>Микроэкономика;</i>  <i>Экономическая география;</i>  <i>Основы научных исследований**;</i>  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Психология личности и</i></p>	<p><i>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе**;</i>  <i>Управление маркетинговыми проектами**;</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Сторителлинг данных**;</i>  <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Технологические революции и экономический рост**;</i>  <i>Методика написания курсовой работы;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Математика (Часть 1);</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Ознакомительная практика;</i></p>	<p><i>Персональный брендинг**;</i>  <i>Прикладные маркетинговые исследования**;</i>  <i>Концепции современного естествознания;</i>  <i>Маркетинг;</i>  <i>Мировая экономика;</i>  <i>Статистика;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Экономика цифровых рынков**;</i>  <i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>CRM системы и программы лояльности**;</i>  <i>Методы исследования рынка;</i>  <i>Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)**;</i>  <i>Математика (Часть 2);</i>  <i>Маркетинг услуг**;</i>  <i>Производственная технологическая практика;</i>  <i>Преддипломная практика;</i></p>
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	<p><i>Экономическая география;</i>  <i>Основы научных исследований**;</i>  <i>Правоведение;</i>  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Сторителлинг данных**;</i>  <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и</i></p>	<p><i>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе**;</i>  <i>Маркетинговые исследования;</i>  <i>Поведение потребителей;</i>  <i>Персональный брендинг**;</i>  <i>Прикладные маркетинговые исследования**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Экономико-математическое моделирование;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>управлении**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Технологические революции и экономический рост**;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i></p>	<p><i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Экономика цифровых рынков**;</i>  <i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)**;</i>  <i>Маркетинг услуг**;</i>  <i>Производственно-технологическая практика;</i>  <i>Преддипломная практика;</i></p>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Нейромаркетинг» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	56		56
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Нейромаркетинг» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Нейромаркетинг как инструмент влияния на потребителей.	1.1	Основные понятия нейромаркетинга. Технологии нейромаркетинга	ЛК, СЗ
		1.2	Области использования нейромаркетинга. Стратегии нейромаркетинга	ЛК, СЗ
Раздел 2	Сенсорный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии..	2.1	Сенсорный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии.	ЛК, СЗ
		2.2	Нейромания. Мотивы человеческого поведения, как мозг заставляет человека покупать.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Потенциал развития нейромаркетинга.	3.1	Нейровизуализация – инструмент будущего!	ЛК, СЗ
		3.2	Перспективы и опасности нейромаркетинга.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	101
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	103
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	библиотека

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Дули, Р. Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули ; пер.

с англ. В. Рубинчика. - Минск : Попурри, 2021. - 337 с. - ISBN 978-985-15-3230-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481957>

2. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432149>  
*Дополнительная литература:*

1. Коленда, Н. Система убеждения: как влиять на людей с помощью психологии / Н. Коленда ; ред. О. Улантимова ; пер. Е. Воробьева. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 253 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-6439-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495612>

2. Поведение потребителей / ред. Г.А. Васильева, Н.И. Лыгиной. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2021. - 238 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01280-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714>  
*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Нейромаркетинг».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Нейромаркетинг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - Ом и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

старший преподаватель  
кафедры маркетинга

*Должность, БУП*

*Подпись*

Калыгина Валентина  
Викторовна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой  
маркетинга

*Должность БУП*

*Подпись*

Зобов Александр  
Михайлович

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой  
маркетинга

*Должность, БУП*

*Подпись*

Зобов Александр  
Михайлович

*Фамилия И.О.*