

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.05.2024 10:41:06  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01201891083f939673078cfa9894ac18a

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):

### УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Нейромаркетинг» входит в программу бакалавриата «Управление человеческими ресурсами» 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;
ПК-1	Способен, используя отечественный и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	ПК-1.1 Способен вести базы данных по различным показателям и осуществлять деятельность в системе документооборота организации с использованием современных информационных технологий; ПК-1.2 Владеет навыками документального оформления решений по всем видам деятельности; ПК-1.3 Владеет базовыми знаниями нормативно-правовых документов, и способен применять их в своей деятельности;

## 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>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Технологические революции и экономический рост**;</i>  <i>Информатика;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Сторителлинг данных**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Основы научных исследований**;</i></p>	<p>Производственно-управленческая практика;          Преддипломная практика;  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Стратегия цифровой трансформации бизнеса**;</i>          Технологии и практика программирования на языке Python для гуманитарных специальностей;  <i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>Персональный брендинг**;</i>  <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>          Модели управления бизнесом в цифровой экономике;  <i>Блокчейн**;</i>  <i>Управление внедрением информационных систем в организации**;</i>  <i>Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве**;</i>  <i>Экономика цифровых рынков**;</i>  <i>Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера**;</i></p>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><i>Ознакомительная практика;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i></p>	<p>Производственно-управленческая практика;          Преддипломная практика;  <i>Международные экономические организации**;</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Сторителлинг данных**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Экономическая география;</i>  <i>Математика (Часть 1);</i>  <i>Микроэкономика;</i>  <i>Макроэкономика;</i>  <i>Методика написания курсовой работы;</i>  <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Основы научных исследований**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Технологические революции и экономический рост**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i></p>	<p><i>Экономика цифровых рынков**;</i>  <i>Управление государственными и муниципальными организациями**;</i>  <i>Концепции современного естествознания;</i>  <i>Мировая экономика;</i>  <i>Статистика;</i>  <i>Математика (Часть 2);</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i>  <i>Методы исследования рынка;</i>  <i>Управление разработкой нового продукта компании**;</i>  <i>Организация и планирование производства**;</i>  <i>Управление производством**;</i>  <i>Шеринговые модели кадрового обеспечения бизнеса**;</i>  <i>Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера**;</i>  <i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>Персональный брендинг**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i></p>
ПК-1	Способен, используя отечественный и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	<p><i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i>  <i>Аналитика в Excel**;</i>  <i>Основы научных исследований**;</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></p>	<p><i>Внутренний контроль фирмы**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Персональный брендинг**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Экономика цифровых рынков**;</i>  <i>Блокчейн**;</i>  <i>Управление внедрением информационных систем в организации**;</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Технологические революции и экономический рост**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Экономическая география;</i>  <i>Правоведение;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Сторителлинг данных**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i></p>	<p><i>Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве**;</i>  <i>Организационная культура**;</i>  <i>Управление операциями**;</i>  <i>Управление компанией в шеринговой экономике**;</i>  <i>Стратегия цифровой трансформации бизнеса**;</i>  <i>Экономико-математическое моделирование;</i>  <i>Преддипломная практика;</i>  <i>Производственно-управленческая 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
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	56		56
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	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>

## 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.	Ауд. 105:Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 Точка доступа WiFi
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.	Ауд. 105:Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 Точка доступа WiFi
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.	Ауд. 105:Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4305 Точка доступа WiFi

\* - 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.elsevier.com/locate/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*

Калыгина Валентина  
Викторовна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой  
маркетинга

*Должность БУП*

Зобов Александр  
Михайлович

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой  
менеджмента

*Должность, БУП*

Ефремов Виктор  
Степанович

*Фамилия И.О.*