

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.05.2023 15:20:47  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Нейромаркетинг**

(наименование дисциплины/модуля)

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

**38.03.01 Экономика**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

**Бухгалтерский учет и аудит**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Нейромаркетинг» 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<br>(в рамках данной дисциплины)   |
|--------------|--|---|
| УК-1         | Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов  | УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов  |
|              |  | 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   |
| ПКО-1<br>... | Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга  | ПКО-1.2. Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры  |
|              |  | ПКО-1.4. Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании   |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Нейромаркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО 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-1  | Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов  | Микроэкономика<br>Макрэкономика<br>Навыки и технологии публичных презентаций<br>Сторителлинг данных<br>Основы предпринимательства<br>Креативность и инновации в бизнесе    | Концепции современного естествознания<br>Методы принятия управленческих решений<br>Методы исследования рынка<br>Дизайн мышления<br>Персональный брендинг<br>Преддипломная практика<br>Подготовка и сдача государственного экзамена<br>Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 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 | Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов<br>Навыки и технологии публичных презентаций<br>Креативность и инновации в бизнесе<br>Коммуникации в экономике и управлении | Экономико-математическое моделирование<br>Дизайн-мышление<br>Персональный брендинг<br>Бизнес в Интернет<br>Управление маркетинговыми проектами<br>Преддипломная практика<br>Подготовка и сдача государственного экзамена<br>Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы           |

| Шифр  | Наименование компетенции  | Предшествующие дисциплины/модули, практики*  | Последующие дисциплины/модули, практики*  |
|-------|---|--|---|
|       | решения задач;<br>проводить оценку информации, ее достоверность,<br>строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных |  |   |
| ПКО-1 | Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга   | Навыки и технологии публичных презентаций<br>Креативность и инновации в бизнесе<br>Коммуникации в экономике и управлении | Маркетинговые исследования<br>Поведение потребителей<br>Прикладные маркетинговые исследования<br>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе<br>Маркетинг услуг<br>Подготовка и сдача государственного экзамена<br>Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |

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

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

Общая трудоемкость дисциплины «Нейромаркетинг» составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

| Вид учебной работы                               | ВСЕГО,<br>ак.ч. | Семестр(-ы) |   |            |   |
|--|-----------------|-------------|---|------------|---|
|  |                 | 1           | 2 | 3          | 4 |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i>                  | <i>34</i>       |             |   | <i>34</i>  |   |
| Лекции (ЛК)                                      | 17              |             |   | 17         |   |
| Лабораторные работы (ЛР)                         |                 |             |   |            |   |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 17              |             |   | 17         |   |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | <i>56</i>       |             |   | <i>56</i>  |   |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | <i>18</i>       |             |   | <i>18</i>  |   |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | ак.ч.           | <b>108</b>  |   | <b>108</b> |   |
|  | зач.ед.         | <b>3</b>    |   | <b>3</b>   |   |

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО,<br>ак.ч. | Семестр(-ы) |   |   |   |
|---|-----------------|-------------|---|---|---|
|   |                 | 1           | 2 | 3 | 4 |
| Контактная работа, ак.ч.                  |                 |             |   |   |   |
| Лекции (ЛК)                               |                 |             |   |   |   |
| Лабораторные работы (ЛР)                  |                 |             |   |   |   |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     |                 |             |   |   |   |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. |                 |             |   |   |   |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. |                 |             |   |   |   |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.           |             |   |   |   |
|   | зач.ед.         |             |   |   |   |

\* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

| 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 – 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 | Моноблок Lenovo IdeaCentre C560 I3 4160T/6 GB/1000   |

| Тип аудитории                          | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)  |
|--|---|---|
|  | (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Зал 3  | GB/DVD/audio<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-H1700<br>Экран с электроприводом, белый матовый<br>Аудимикшер на 2 входа<br>Акустическая система Infinity 100Вт           |
| 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                     | Ноутбук Asus F6A<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN<br>Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105   |
| Компьютерный класс                     | Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 20 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций, ауд.25 | Моноблок HP ProOne 440<br>Intel I5 10500T/8 GB/256 GB/audio, монитор 24"<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W<br>Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 |
| Для самостоятельной работы обучающихся | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.  | Зал библиотеки  |

\* - 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, 2018. - 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, 2019. — 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, 2018. - 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, 2015. - 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>
3. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-4621-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863>

#### *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 «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- 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** <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=18904>

## **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.

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

Ст.преподаватель,  
кафедра маркетинга



Калыгина В.В.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Зав. Каф. Маркетинг



Зобов А.М.

---

Наименование БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:  
Руководитель программы



Петровская М.В.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.