

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.06.2022 15:55:09  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Нейромаркетинг**

(наименование дисциплины/модуля)

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

**38.03.00 Экономика и Управление**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

**Все профили**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2022\_ г.**

## 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-1.2 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-6  | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6.2 Находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний                                      |
| ОПК-5 | Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности   | ОПК-5.3 Применяет современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные технологии для разработки мероприятий по повышению эффективности организации |
| ...   |   |   |

## 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 | Математика (часть 1)<br>Математика (часть 2)<br>Информатика<br>Микроэкономика<br>Макроэкономика<br>Технологические революции и экономический рост<br>Основы научных исследований<br>Креативность и инновации в бизнесе<br>История финансовых потрясений в мировой экономике<br>Экономика межгосударственных территориальных споров<br>Экономическая география<br>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ<br>Данные в условиях Big Data<br>Ознакомительная практика | CRM системы и программы лояльности<br>Управление маркетинговыми проектами<br>Прикладные маркетинговые исследования<br>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе<br>Маркетинг услуг<br>Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)<br>Геоинформационные системы: визуализация пространственных<br>Методы исследования рынка<br>Управление проектами<br>Дизайн-мышление<br>Методы принятия управленческих решений<br>Экономико-математическое моделирование<br>Стратегический менеджмент<br>Курсовой проект "Стратегический менеджмент<br>Мировая экономика<br>Производственно-управленческая практика<br>Проектно-технологическая практика<br>Методика написания курсовой работы ...<br>Преддипломная практика<br>Подготовка и сдача государственного экзамена<br>Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы..... |
| УК-6 | Способен управлять своим временем, выстраивать и  | Теория управления<br>Тайм-менеджмент   | Лидерство<br>Персональный брендинг   |

| Шифр  | Наименование компетенции  | Предшествующие дисциплины/модули, практики*  | Последующие дисциплины/модули, практики*   |
|-------|---|--|--|
|       | реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни  |  | Маркетинг<br>Подготовка и сдача государственного экзамена<br>Преддипломная практика<br>Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы<br>Методика написания курсовой работы  |
| ОПК-5 | Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | Информатика<br>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов<br>Навыки и технологии публичных презентаций<br>Сторителлинг данных<br>Тренинг: работа с международной статистикой | Digital marketing<br>Маркетинговое управление бизнес-процессами<br><br>Бизнес в Интернет<br>Phygital-технологии в экономике<br>Экономика цифровых рынков<br>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных в условиях Big Data<br>Управление проектами<br>Методы принятия управленческих решений<br>Экономико-математическое моделирование<br>Стратегический менеджмент<br>Курсовой проект "Стратегический менеджмент<br>Международный маркетинг<br>Стратегический маркетинг<br>Категорийный маркетинг<br>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса<br>Маркетинговое администрирование<br>Контент-маркетинг<br>Маркетинговая логистика<br>Ценообразование в маркетинге |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*  |
|------|--------------------------|---|---|
|      |                          |   | Проектно-технологическая практика<br>Преддипломная практика<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>                  | 34              |             |   | 34         |   |
| Лекции (ЛК)                                      | 17              |             |   | 17         |   |
| Лабораторные работы (ЛР)                         |                 |             |   |            |   |
| 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>             | 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 |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i>                  | 14              | 14          |           |   |   |
| Лекции (ЛК)                                      |                 |             |           |   |   |
| Лабораторные работы (ЛР)                         |                 |             |           |   |   |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 14              | 14          |           |   |   |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 58              | 58          |           |   |   |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> |                 |             |           |   |   |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | ак.ч.           | <b>2</b>    | <b>2</b>  |   |   |
|  | зач.ед.         | <b>72</b>   | <b>72</b> |   |   |

\* - 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 (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Зал 3                | Моноблок Lenovo IdeaCentre C560 I3 4160T/6 GB/1000 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 | Ноутбук Asus F6A<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN<br>Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM -   |

| Тип аудитории                          | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)   |
|--|---|--|
|  | техническими средствами мультимедиа презентаций, ауд.105  | 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 PгоOpe 440 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. |
| _____          | _____   | _____        |
| Должность, БУП | Подпись | Фамилия И.О. |
| _____          | _____   | _____        |
| Должность, БУП | Подпись | Фамилия И.О. |

### РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

**Зав. Каф. Маркетинг**



**Зобов А.М.**

|                  |         |              |
|------------------|---------|--------------|
| _____            | _____   | _____        |
| Наименование БУП | Подпись | Фамилия И.О. |