

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.06.2025 15:42:21
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Нейромаркетинг

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	39.03.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология и маркетинговые исследования
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	очная / заочная

Учебная дисциплина «Нейромаркетинг» изучается в шестом / седьмом семестре.
Курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации
зачет.

1.2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

– формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности.

– формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-6.1 Использование знаний об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	- Умеет определять цели, необходимость, а также планировать и проводить нейромаркетинговые исследования. - Использует нейромаркетинговые инструменты для оптимизации расходов на маркетинговые коммуникации. - Умеет тестировать и прогнозировать эффективность продуктов и маркетинговых креативов. - Умеет оптимизировать клиентский путь с учетом реализации нейромаркетинговых инструментов
	ИД-ПК-6.2 Применение маркетинговых инструментов и подготовка комплексного плана проведения маркетингового исследования	
	ИД-ПК-6.3 Проведение маркетинговых интернет-исследований, систематизирование и обобщение больших объемов первичной и вторичной маркетинговой информации с использованием цифровых технологий	
	ИД-ПК-6.4 На основе проведенных маркетинговых исследований формирование предложений по совершенствованию товарной, ценовой политики, систем сбыта, продаж и продвижения товаров (услуг) организации	

Общая трудоёмкость учебной дисциплины учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
по очно-заочной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
по заочной форме обучения –	3	з.е.	96	час.