

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.03.02 «Нейромаркетинг»

**Наименование образовательной программы:** Цифровое предпринимательство

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.02 Менеджмент

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПКс-2.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать гипотезы и осуществлять их проверку</li> </ul> <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить количественные и качественные исследования и осуществлять контроль за их проведением</li> </ul> <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать и ставить задачи на проведение исследований.</li> </ul>
ПКс-5.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экономические основы ведения бизнеса в интернете</li> <li>- правовое регулирование интернет-торговли</li> <li>- ценообразование в электронной коммерции</li> </ul> <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управление ассортиментом</li> <li>- создание потребительских воронок</li> </ul> <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управление потребительской лояльностью</li> <li>- работа в электронной коммерции с использованием онлайн-оплаты, эквайринга, онлайн-касс.</li> </ul>
ПКс-7.1	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, категории и инструменты поведенческой экономики;</li> <li>-основные принципы экономического анализа поведения человека;</li> <li>-основные особенности ведущих направлений поведенческой экономики;</li> <li>-ключевые теоретические и экспериментальные работы в данной области</li> </ul> <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-использовать изученные принципы для оценивания поведения потребителей;</li> <li>-анализировать индивидуальное поведение в реальных и</li> </ul>

	<p>лабораторных условиях;</p> <p>-анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной литературы о поведении индивидов;</p> <p>-выявлять динамическую непоследовательность в поведении индивида; - осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы</p> <p>На уровне навыков:</p> <p>- современными методами сбора, обработки и анализа экономических данных о поведении человека;</p> <p>-современной методикой построения теоретических моделей поведенческой экономики;</p> <p>-методами и приемами анализа поведения потребителя с помощью теоретических моделей поведенческой экономики.</p>
--	--

### **Объем дисциплины**

Учебным планом для дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Нейромаркетинг» установлено:

- трудоемкость дисциплины– 3 з.е., / 108 астр. часов;
- контактная работа с преподавателем – 36 часов;
- лекции – 12 часов;
- практические занятия- 24 часа;
- самостоятельная работа – 72 часа.

### **Структура дисциплины:**

**Тема 1.** Введение в нейромаркетинг.

**Тема 2.** Аналитика традиционной модели принятия решения о покупке.

**Тема 3.** Новый вид сбора данных.

**Тема 4.** Технологии формирования модели нейромаркетингового сопровождения в компании.

**Тема 5.** Актуальные кейсы и работа с данными.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

### **Основная литература:**

1. Старов, С. А. Управление собственными торговыми марками розничных сетей / С. А. Старов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. ? СПб.: Изд-во 'Высшая школа менеджмента', 2013. - 492 с. // <http://znanium.com/catalog/product/493529>
2. Психология рекламы: Учебное пособие / М. И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с. // [znanium.com/catalog/product/472499](http://znanium.com/catalog/product/472499)
3. Антонова Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н. В. Антонова, О.И. Патоша. М.: ИНФРА-М, 2016. 325 с. // <http://znanium.com/catalog/product/543751>