

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины **Нейромаркетинг и поведение потребителей**

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Каленская Н.В. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Natalya.Kalenskaya@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-4	Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговые исследования на основе использования системы маркетинговой информации для совершенствования инструментов комплекса маркетинга и разработки конкурентной стратегии

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- основы поведенческой экономики;
- теории поведения потребителей;
- основы нейромаркетинга

Должен уметь:

- анализировать внешние факторы влияния на поведение потребителя;
- анализировать внутренние факторы поведения потребителя;
- анализировать (комментировать) результаты нейромаркетинговых исследований;

Должен владеть:

- методами анализа поведения потребителя и принятия решения о покупке;
- методами проведения нейромаркетинговых замеров
- составления отчета о поведенческих реакциях на основе нейромаркетинговых замеров.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.15 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Маркетинг)" и относится к части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 3 курсе в 6 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) на 180 часа(ов).

Контактная работа - 80 часа(ов), в том числе лекции - 40 часа(ов), практические занятия - 40 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 46 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 54 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 6 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Поведение потребителей: цели, задачи курса и понятийный аппарат	6	4	0	4	0	0	0	4
2.	Тема 2. Поведенческая экономика и теории потребительского поведения	6	6	0	6	0	0	0	6
3.	Тема 3. Факторы внешнего влияния	6	4	0	4	0	0	0	6
4.	Тема 4. Внутренние факторы поведения потребителей	6	4	0	4	0	0	0	6
5.	Тема 5. Нейромаркетинг: возникновение и его значение в маркетинге современного мира	6	8	0	6	0	0	0	8
6.	Тема 6. Методы нейромаркетинга	6	6	0	8	0	0	0	8
7.	Тема 7. Сферы применения нейромаркетинга	6	6	0	8	0	0	0	8
42	Содержание дисциплины (модуля)								
	Тема 1. Поведение потребителей: цели, задачи курса и понятийный аппарат					0	0	0	8
	Основные задачи курса и его применение на практике. Понятийный аппарат поведения потребителей. Междисциплинарность дисциплины и предпосылки совершенствования. Специфика современного состояния постмодернизма и общества потребления и новые модели. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга и его отличительные черты в новых реалиях.							0	46

Тема 2. Поведенческая экономика и теории потребительского поведения

Поведенческая экономика. Нобелевские премии в области поведенческой экономики и поведения потребителей. Теория перспектив Д. Канемана. Принятие решения и проблема выбора. Теория потребительского поведения: максимизация полезности, эффект дохода и эффект замещения. Кривая безразличия. Психологические теории. Я-концепция. Теория ценностей М. Рокича. Бихевиоризм.

Тема 3. Факторы внешнего влияния

Культура общества как основной фактор макровлияния на поведение потребителя. субкультуры и их влияние. Группы и групповые коммуникации. Группы и их типы. Референтные группы и виды их влияния. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Теория социального класса. Социальные страты.

Тема 4. Внутренние факторы поведения потребителей

Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Традиции и ритуалы. Концепция жизненного стиля. Ресурсы потребителей: экономические, временные, когнитивные. Эффект показного потребления Т. Веблена. Дофоминовая петля.

Тема 5. Нейромаркетинг: возникновение и его значение в маркетинге современного мира

Нейромаркетинг наука о поведении потребителя во время процесса выбора, вовлечения, информационной заинтересованности. Становление нейромаркетинга его плюсы и минусы. Нейромаркетинг и его междисциплинарность. Лимбическая система и эмоции. Структуры мозга, принимающие решения. Система 1 и система 2 по Д. Канеману.

Тема 6. Методы нейромаркетинга

Методы нейромаркетинга: фМРТ, ТМС, ПЭТ. Метаморфная модель Зальтмана. Этапы и процессы нейромаркетингового исследования. Айттрекер. Мобильный айттрекер. ЭЭГ. Полиграф. технология "Нейробарометр". Вызванные потенциалы и как они регистрируются. Полиграмма. Невербальные реакции. Основные причины расхождения результатов классического маркетингового исследования и нейромаркетингового.

Тема 7. Сферы применения нейромаркетинга

Нейромаркетинговые исследования рекламных роликов. Нейромаркетинговые исследования статической рекламы. исследование сайтов и приложений. исследование торгового пространства. Нейромаркетинговые подходы к органолептическому тестированию продуктов (парфюм, еда, анпитки). Психографика и подходы к сегментированию целевой аудитории.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемому результату обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Исследовательский центр брендменеджмента и брендтехнологий - www.rcbb.ru

Нейромаркетинговые исследования - www.neurotrend.ru

сайт Гильдии маркетологов - www.marketologi.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий обучающийся должен: -Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. - Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. -Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. В случае дистанционного изучения лекционного материала преподаватель раздает ссылку на ЭОР.
практические занятия	Важной составной частью учебного процесса в вузе являются семинарские и практические занятия. Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине. Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана семинара. Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, указать студентам страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Практические задания для обучающихся дистанционно высылаются им на электронные адреса. В рамках установленного графика преподаватель назначает дату обсуждения задания в режиме он-лайн.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Результаты СР обучающийся высылает на электронный адрес преподавателя для проверки.
экзамен	Вопросы на экзамен преподаватель представляет обучающимся на первом практическом занятии. На экзамене обучающийся может осуществить добор баллов выполнив все формы оценочных средств по данному курсу. Форма экзамена либо устная или письменная выбирается преподавателем и на первых аудиторных занятиях преподаватель сообщает об этом обучающимся.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки "Маркетинг".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.15 Нейромаркетинг и поведение потребителей

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

Основная литература:

Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 231 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/1016648. - ISBN 978-5-16-015077-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016648> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Травкина, Н. Номо Mutabilis: как наука о мозге помогла мне преодолеть стереотипы, поверить в себя и круто изменить жизнь : практическое руководство / Н. Травкина. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 262 с. - ISBN 978-5-9614-3846-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842461> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. - (Высшее образование: Магистратура). - DOI 10.12737/19925. - ISBN 978-5-16-011795-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842510> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047745> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

Депутатова, Е. Ю. Системный подход к исследованию покупательского поведения и обслуживания в розничной торговле : монография / Е. Ю. Депутатова, С. Б. Ильяшенко. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2019. - 122 с. - ISBN 978-5-394-03347-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1449643> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Сапольски, Р. Биология добра и зла: как наука объясняет наши поступки / Роберт Сапольски ; пер. с англ. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. - 766 с. - ISBN 978-5-00139-051-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077979> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Сосновцева, Е. В. Memento memoгу: как улучшить память, концентрацию и продуктивность мозга : практическое пособие / Е. В. Сосновцева. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 221 с. - ISBN 978-5-9614-3620-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842394> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Дубынин, В. А. Мозг и его потребности: от питания до признания : научно-популярное издание / В. А. Дубынин. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2021. - 572 с. - ISBN 978-5-00139-270-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842399> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / Л. В. Балахонская, А. А. Беловодская, А. В. Болотнов [и др.] ; под. ред. Л.Р. Дускаевой. - Москва : ФЛИНТА, 2018. - 438 с. - ISBN 978-5-9765-3978-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1859763> (дата обращения: 04.05.2022). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.15 Нейромаркетинг и поведение потребителей*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2023

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.