

## АННОТАЦИЯ

Б1.В.5 «Нейромаркетинг и управление продажами»  
для направления подготовки  
38.04.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Магистерская программа - «Маркетинг и смарт-контракты в управлении закупками»

### 1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

### 2. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся системных представлений о современных методиках нейромаркетинга при управлении смарт-контрактами, а также привитие навыков управления продажами.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- систематизация знаний методов нейромаркетинга и тенденции развития прикладных направлений когнитивных и поведенческих отраслей знания
- приобретение умений комплексного маркетингового исследования потребительских реакций;
- освоение навыков разработки маркетинговой стратегии;
- получение умений применять методы нейронаук в практическом преломлении в сфере управления продажами;
- овладение современными методиками поведенческого профайлинга, когнитивной эргономики и нейроэстетики
- приобретение умений применять методы создания атмосферы маркетингового влияния.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

Компетенция	Индикатор компетенции
Код. Наименование компетенции	Код. Наименование индикатора освоения компетенции
ПК-3 Формирование маркетинговой стратегии организации	ПК-3.1.1 Знает методики проведения комплексного маркетингового исследования
	ПК -3.2.1. Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию организации

### 4. Содержание и структура дисциплины

Нейромаркетинг: исследование потребительских реакций

Сенсорный маркетинг и эмоциональный интеллект

Маркетинговые исследования потребительских реакций в управлении продажами

Нейромаркетинг как инструмент формирования лояльности к бренду

### 5. Объем дисциплины и виды учебной работы

Для очной формы обучения:

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 16 час.

практические занятия – 32 час.

самостоятельная работа – 60 час.

контроль - 36 час.

форма контроля знаний - экзамен

Для заочной формы обучения:

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 4 час.

практические занятия – 8 час.

самостоятельная работа – 87 час.

контроль - 9 час.

форма контроля знаний - экзамен