

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОСТОЧНАЯ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКАЯ  
ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ» (Академия ВЭГУ)**

**ОДОБРЕНА**  
Ученым советом Академии ВЭГУ  
(протокол от 30 июня 2022 г., № 5)

**УТВЕРЖДЕНА**  
приказом ректора Академии ВЭГУ  
от 31.08. 2022 № 71/а

**Рабочая программа дисциплины  
Нейромаркетинг и психология рекламы**

**Кафедра:** Педагогики и психологии

**Основная образовательная программа:** 37.03.01 Психология, направленности (профиля) Практическая психология

**1. Общая характеристика**

**1.1 Наименование**

Данная учебная дисциплина называется «Нейромаркетинг и психология рекламы», включена в Реестр автономных дидактических компонентов Академии ВЭГУ и реализуется в рамках ООП Академии ВЭГУ 37.03.01 Психология, направленности (профиля) Практическая психология по очной, очно-заочной (в том числе по ускоренной) форме обучения, в т.ч. с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

**1.2 Цели реализации**

1.2.1 В результате освоения данной дисциплины обучающийся должны овладеть знаниями, умениями и навыками в рамках формирования следующих компетенций:

- способен оказывать психологическую помощь работникам органов и организаций социальной сферы (клиентам) (ПК-3).

1.2.2 Индикаторы достижения компетенций:

- использует разные формы и методы психологического вмешательства, в том числе активные методы работы с клиентами в целях повышения эффективности их деятельности (игры, упражнения, тренинги) (ИПК-3.1);

- консультирует клиентов по вопросам психологических аспектов выбора и сопровождения карьеры, набора, отбора и расстановки кадров, аттестации, работы с кадровым резервом (ИПК-3.2);

- Организует психологическую работу с клиентами по вопросам управления, организации труда, повышения квалификации клиентов (ИПК-3.3).

### **1.3 Место в структуре ООП**

1.3.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Нейромаркетинг и психология рекламы» является дисциплиной по выбору, относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений и изучается по очной форме на 5-6 семестрах (3 курсе), по очно-заочной форме на 5-6 семестрах (на 3 курсе) обучения.

1.3.2 Логически и содержательно-методически данная дисциплина связана с такими автономными дидактическими компонентами данной ООП как Киберпсихология и основы современных информационных технологий в профессиональной деятельности психолога, Организационная психология, Психология бизнеса, Нейминг: психологические технологии разработки, оценка эффективности, Тренинг продаж психологических услуг, Психология профессионального самоопределения и построения карьеры.

1.3.3 Изучению данной дисциплины должно предшествовать освоение обучающимся программ Киберпсихология и основы современных информационных технологий в профессиональной деятельности психолога, Психология профессионального самоопределения и построения карьеры,

1.3.4 Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для прохождения обучения по программам Психология бизнеса, Организационная психология, Нейминг: психологические технологии разработки, оценка эффективности, Тренинг продаж психологических услуг

### **1.4 Объем**

1.4.1 Общий объем данной дисциплины (трудоемкость учебной нагрузки обучающегося при освоении программы, включающая в себя все виды его учебной деятельности, предусмотренные учебным планом для достижения планируемых результатов обучения) составляет 10 зачетных единиц или 360 академических часов вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации с использованием сетевой формы, реализации по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении.

1.4.2 Объемы учебной нагрузки обучающегося при освоении программы дисциплины по видам учебной деятельности составляют:

### **2. Структура и содержание**

Виды учебной деятельности	Объем, в академических часах	
	по очной форме	по очно-заочной форме
Занятия лекционного типа	24	16
Занятия семинарского типа	-	-
Проектирование	-	-
Групповые консультации	-	-
Индивидуальная работа обучающихся с обучающимися	142	78
Самостоятельная работа обучающегося	144	216

	<i>зачет</i>	20	20
	<i>экзамен</i>	30	30
Всего		360	360

## 2.1 Содержание разделов и тем

Разделы и темы		Содержание (дидактические единицы)	Учебные занятия		
№ п/п	наименование			очна я форм а	очно- заочная форма
			виды	Объем, академических часов	Объем, академических часов
1	2	3	4	5	6
1	Психология влияния и основы нейромаркетинга		Занятия лекционного типа	15	10
			Занятия семинарского типа	-	-
			Индивидуальная работа с обучающимся	980	47
			Самостоятельная работа обучающегося	99	153
1.1	Биология поведения	Рефлекторная концепция психики. Психофизиология познавательных процессов. Влияние факторов среды на ВНД.	Занятия лекционного типа	2	1
			Занятия семинарского типа	-	-
			Индивидуальная работа с обучающимся	14	8
			Самостоятельная работа обучающегося	15	22
1.2	Психология потребительского поведения	Сущность и направления потребительского поведения.	Занятия лекционного типа	2	1
			Занятия семинарского типа	-	-

		Познавательные процессы потребителя. Влияние культуры на поведение потребителей. Персональное и групповое влияние на поведение потребителей.	Индивидуальная работа с обучающимся	14	7
			Самостоятельная работа обучающегося	14	22
1.3	Нейромаркетинг: исследование потребительских реакций	Взаимодействие психологии и маркетинга. Возникновение нейромаркетинга. Основные исследования в области нейромаркетинга.	Занятия лекционного типа	2	1
			Занятия семинарского типа	-	-
			Индивидуальная работа с обучающимся	14	7
			Самостоятельная работа обучающегося	14	22
1.4	Сенсорный маркетинг и эмоциональный интеллект	Сенсорный маркетинг. Модель покупательского поведения современного человека. Эмоциональный интеллект. Аромаркетинг и аудиомаркетинг. Визуальный маркетинг и визуальный мерчендайзинг. Цветотерапия в коммуникациях.	Занятия лекционного типа	2	1
			Занятия семинарского типа	-	-
			Индивидуальная работа с обучающимся	14	8
			Самостоятельная работа обучающегося	14	22
1.5	Визуализация маркетинговых стимулов	Воздействие на органы чувств человека. Построение эмоциональной связи потребителя и бренда. Визуализация образов для продвижения продуктовых маркеров. Визуализация образов под целевую аудиторию.	Занятия лекционного типа	2	2
			Занятия семинарского типа		
			Индивидуальная работа с обучающимся	14	8
			Самостоятельная работа обучающегося	14	22
1.6	Оценка эффективности методов	Методы нейромаркетинга. Потребительские	Занятия лекционного типа	2	2
			Занятия		-

	сенсорного маркетинга	маркеры. Дофономика.	семинарского типа		
			Индивидуальная работа с обучающимся	14	8
			Самостоятельная работа обучающегося	14	22
1.7	Профайлинг в нейромаркетинговых исследованиях	Модель Крейчмера. Основные психотипы, их формирование и способы диагностики. Применение психологического и физиологического тестирования в сегментации целевой аудитории. Современные интернет-технологии тестирования целевой аудитории.	Занятия лекционного типа	3	2
			Занятия семинарского типа	-	
			Индивидуальная работа с обучающимся	14	8
			Самостоятельная работа обучающегося	14	21
2.	<b>Психология рекламы</b>		<b>Занятия лекционного типа</b>	<b>9</b>	<b>6</b>
			<b>Занятия семинарского типа</b>	-	-
			<b>Индивидуальная работа с обучающимся</b>	<b>44</b>	<b>24</b>
			<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>	<b>45</b>	<b>63</b>
2.1	Психологическая эффективность рекламы	Понятие и сущность рекламы. Реклама как универсальный механизм психопрограммирования сознания и поведения людей в различных сферах жизни. Культурные, социальные и личностные предпочтения в рекламе.	Занятия лекционного типа	3	2
			Занятия семинарского типа	-	-
			Индивидуальная работа с обучающимся	15	8
			Самостоятельная работа обучающегося	15	21
2.2	Рекламные инструменты воздействия на мотивацию	Классификация типов рекламы по целям воздействия. Гендерные образы	Занятия лекционного типа	3	2
			Занятия семинарского типа	-	-

	покупательского поведения целевой аудитории	рекламы. Рекламно-коммуникационные пространства с позиции технологии НЛП. Структура рекламно-коммуникационных каналов, их особенности и механизмы передачи рекламной информации.	Индивидуальная работа с обучающимся	15	8
			Самостоятельная работа обучающегося	15	21
2.3	Психология восприятия рекламы. Психология манипуляции в рекламной деятельности	Психологические механизмы рекламного воздействия. Психология цвета в рекламе. Общее понятие о манипуляции. Механизмы манипулятивного воздействия на потребителя.	Занятия лекционного типа	3	2
			Занятия семинарского типа	-	
			Индивидуальная работа с обучающимся	14	8
			Самостоятельная работа обучающегося	15	21

## 2.2 Перечень обеспечения СРС

При выполнении самостоятельной работы, обучающемуся предоставляется следующее учебно-методическое обеспечение:

- информационные ресурсы, перечисленные в разделе 4 Информационные ресурсы данной программы;
- материалы, размещенные в разделах Диск, Задачи, Обсуждение, Сообщение, Wiki, ПГ Нейромаркетинг и психология рекламы Кампуса ВЭГУ 24;
- электронные курсы, размещенные в вертикальном меню Кампуса ВЭГУ;
- материалы лекционных занятий по дисциплинам бакалавриата 37.03.01 Психология, расположенные по адресу <http://cp.insto.ru/extranet>

## 3. Фонд оценочных средств

### 3.1 Этапы формирования компетенций

Компетенция		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
код	содержание		
1	2	3	4

ПК-3	Способен оказывать психологическую помощь работникам органов и организаций социальной сферы (клиентам)	ИПК-3.1 Использует разные формы и методы психологического вмешательства, в том числе активные методы работы с клиентами в целях повышения эффективности их деятельности (игры, упражнения, тренинги)	<b>Знает:</b> эффективные техники и технологии различных методов влияния на потребительское поведение, психофизиологические основы и технологии нейромаркетинга; <b>Умеет:</b> применять техники и технологии различных методов влияния на потребителя; <b>Навыки:</b> организации нейромаркетингового исследования.
		ИПК-3.2 Консультирует клиентов по вопросам психологических аспектов выбора и сопровождения карьеры, набора, отбора и расстановки кадров, аттестации, работы с кадровым резервом	<b>Знает:</b> способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций при разработке рекламных компаний; <b>Умеет:</b> осуществлять сбор и анализ информации о потребителях и психологического воздействия рекламы; <b>Навыки:</b> глубинного анализа процесса принятия потребительского решения.
		ИПК-3.3 Организует психологическую работу с клиентами по вопросам управления, организации труда, повышения квалификации клиентов	<b>Знает:</b> основные методы и инструменты нейромаркетинговых исследований, их преимущества и ограничения; <b>Умеет:</b> проводить работы с персоналом организации сегментации целевых аудиторий по психографическим и поведенческим

			параметрам; <b>Навыки:</b> выявления латентных потребностей клиентов по вопросам управления, организации труда, повышения квалификации клиентов.
--	--	--	---

### 3.2 Показатели, критерии и шкала оценивания

3.2.1 Для оценивания компетенций обучающегося на этапе их формирования по результатам освоения программы данной дисциплины применяется «двухбалльная» (оценки «зачтено» или «не зачтено») и «четырёхбалльная» (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно») шкалы оценивания.

3.2.2 При применении технологий, использующих иные шкалы измерения (тестирование, балльно-рейтинговой, рейтинговой и т.д.), они для окончательного оформления переводятся

а) в двухбалльную шкалу по следующим параметрам: 50 и более процентов максимально-возможной суммы – «зачтено», менее 50 % – «не зачтено»;

б) в четырёхбалльную шкалу по следующим параметрам: 90 и более процентов максимально-возможной суммы – «отлично», 70-89% – «хорошо», 50-69% – «удовлетворительно», менее 50 % – «неудовлетворительно».

3.2.3 При формировании оценки обучающегося используются следующие показатели и критерии оценивания результатов освоения программы данной дисциплины и соответствующего этапа формирования компетенций обучающегося:

а) для двухбалльной шкалы

Оценка	Критерий	Индикатор (показатель)
«зачтено»	как минимум, твердое владение материалом в рамках программы	при изложении правильного в основном ответа обучающимся допускаются лишь отдельные неточности, нарушение последовательности, отсутствие некоторых существенных деталей, имеются отдельные затруднения в выполнении практических заданий
«не зачтено»	невладение значительной (и значимой) частью материала программы	при изложении ответа обучающимся допускаются принципиальные ошибки, с большими затруднениями выполняются практические задания, ответ свидетельствует об отсутствии знаний по предмету

б) для четырёхбалльной шкалы

Оценка	Критерий	Индикатор (показатель)
«отлично»	усвоение программы в полном объеме	задание выполнено без замечаний, полное и логически стройное изложение содержания при



		ответе или в отчете, тесное увязывание теории вопроса с практикой, отсутствие затруднений с объяснением всех аспектов выполнения задания, хорошее владение умениями и навыками по программе, знание монографической литературы, наличие умений самостоятельно обобщать и излагать материал
«хорошо»	твердое владение материалом в рамках программы	задание выполнено без существенных замечаний, грамотное изложение ответа (отчета), отсутствие существенных неточностей, правильное применение теоретических положений и владение необходимыми навыками при выполнении практических заданий
«удовлетворительно»	владение только основным материалом программы	задание в основном выполнено, допущение неточностей при правильном в основном ответе, нарушение последовательности в его изложении, неусвоение отдельных существенных деталей, наличие затруднений в выполнении практических заданий
«неудовлетворительно»	невладение значительной (и значимой) частью материала программы	задание не выполнено, допуск обучающимся при ответе принципиальных ошибок, большие затруднения при выполнении практических работ, ответ свидетельствует об отсутствии знаний по предмету

3.2.4 Аттестация по данной дисциплине может осуществляться по балльно-рейтинговой системе (далее - БРС), которая представляет собой строго последовательное<sup>1</sup> прохождение обучающимся контрольных (реперных, рубежных) точек (далее – КТ-1, КТ-2 и т.д.) с получением оценки за качество показанных результатов в виде определенной конечной суммы баллов. При этом используются следующие индикаторы начисления баллов.

3.2.4.1 Общее количество баллов БРС распределяется следующим образом:

- за прохождение предварительного этапа – 20 баллов;
- за прохождение первой контрольной точки – до 20 баллов;
- за прохождение второй контрольной точки – до 20 баллов;
- за прохождение третьей контрольной точки – до 20 баллов.

3.2.4.2 Перевод набранной суммы по итогам всей БРС в двухбалльную или четырехбалльную шкалу оценивания осуществляется по следующим параметрам:

- 40 и более баллов – «зачтено», менее 40 - «не зачтено»;
- 72 и более баллов – «отлично», 56-71 баллов - «хорошо», 40-55 баллов - «удовлетворительно», менее 40 баллов - «неудовлетворительно».

3.2.4.3 За прохождение предварительного этапа начисляется до 20 баллов пропорционально изученным обучающимся разделам лекционного материала и набранным при тестировании в самом представленном для изучения ресурсе количеству баллов.

<sup>1</sup> Без прохождения предыдущей контрольной точки обучающийся не допускается к прохождению следующей контрольной точки.

3.2.4.4 Начисление баллов по рубежной аттестации по первой контрольной точке осуществляется в зависимости от результативности участия на вебинаре.

3.2.4.4.1 При он-лайн участии на вебинаре баллы начисляются по следующим критериям:

1) 5 баллов, если участие ограничилось только присутствием или одним нерезультативным действием (вопрос или выступление не соответствовали теме);

2) 10 баллов, если были два и более нерезультативных действия;

3) 15 баллов, если среди двух или более произведенных обучающимся действий как минимум одно было результативным (правильное изложение материала, точно заданный вопрос, аргументированная и объективная рецензия);

4) 20 баллов, если все произведенные обучающимся два и более действий были результативными.

3.2.4.4.2 При просмотре вебинара в записи и предоставлении обучающимся письменного отзыва о нем, определяются следующие степени и суммы баллов:

1) 5 баллов, если отзыв написан формально, малосодержательно, но свидетельствует о просмотре всего вебинара;

2) 10 баллов, если в отзыве достаточно аргументировано выделены позитивная (что понравилась, было понятно, интересно) и (или) негативная (что не понравилась, было непонятным, неинтересным) стороны вебинара;

3) 15 баллов, если в отзыве есть обоснованное, логичное сопоставление позитивных и негативных итогов занятия;

4) 20 баллов, если отзыв в дополнение к третьему уровню содержит существенные предложения по улучшению организации вебинара или аргументировано описывает проблему, сформировавшуюся по итогам вебинара.

3.2.4.5 При тестировании по второй контрольной точке, если тестовые задания имеют разные степени сложности, каждые 5% максимально-возможной суммы правильных ответов приравнивается одному баллу БРС.

При равной сложности всех тестовых заданий каждый правильный ответ приносит 1 балл БРС.

3.2.4.6 Творческая аттестационная работа оценивается по шестибалльной шкале (0 баллов – отсутствует, 1 балл – имеется, но абсолютно не соответствует заданию и (или) дисциплине, 2 балла – в большей части не соответствует заданию (дисциплине), хотя есть определенное приближение к сути задания (дисциплины), 3 балла – суть задания выявлена, но неполно, 4 балла – имеются только отдельные неточности, 5 – нет претензий к исполнению) по следующим направлениям:

- определение и фиксация проблемы;
- формулирование ответа (рабочей гипотезы);
- аргументы и иллюстрации в пользу ответа (рабочей гипотезы);

- использование концептуального и понятийного аппарата дисциплины.

Сумма набранных баллов за все 4 направления является количеством баллов БРС, начисляемых в общий рейтинг за третью контрольную точку.

### **3.3 Типовые контрольные задания**

3.3.1 При подготовке обучающегося к аттестации и при оценивании результатов освоения программы данной дисциплины (для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы) используются типовые контрольные задания по:

- истории развития той отрасли знания, изучению которой посвящена данная дисциплина (модуль); объекту, предмету и методам (инструментам), применяемым в данной дисциплине (модуле); месту, значению данной дисциплины (модуля) в деятельности человека и ее связям с другими дисциплинами (модулями); проблемам и задачам, решаемым в рамках данной дисциплины (модуля) и т.д.;

- существо теорий, концепций, систем описания и объяснения, гипотез, выдвигаемых в рамках данной дисциплины, а также категориям и понятиям (терминам), являющимся существенными для данной дисциплины;

- применению компетенций, сформированных в ходе освоения программы, для решения конкретной задачи, объяснения конкретного факта (явления), разрешения конкретной ситуации и т.д.

3.3.2 Данные типовые задания при проведении конкретных аттестационных испытаний переформатируются в вопросы аттестационных билетов или тестовые задания в соответствии с правилами, установленными для Фонда оценочных средств Академии ВЭГУ. По предметам вопросов типовых заданий могут быть сформулированы несколько различающихся по форме и аспекту рассмотрения вопросов аттестационных билетов, тестовых заданий или тем письменных работ. Комплекты вопросов для аттестационных билетов, тестовых заданий и тем в виде соответствующих баз хранятся в Центре аттестации Академии ВЭГУ в режиме конфиденциальности и предъявляются в виде набора аттестационных билетов, тестов или отдельной темы, формируемых по установленным в Академии ВЭГУ правилам, на каждую конкретную аттестацию.

3.3.3 Типовые контрольные задания для подготовки и проведения промежуточной аттестации:

- Рефлекторная концепция психики;
- Психофизиология познавательных процессов;
- Влияние факторов среды на ВНД;
- Сущность и направления потребительского поведения;
- Познавательные процессы потребителя;
- Влияние культуры на поведение потребителей;
- Персональное и групповое влияние на поведение потребителей;
- Задачи классификации конфликтов;

- Взаимодействие психологии и маркетинга;
  - Возникновение нейромаркетинга;
  - Основные исследования в области нейромаркетинга;
  - Сенсорный маркетинг;
  - Модель покупательского поведения современного человека;
  - Эмоциональный интеллект;
  - Аромаркетинг и аудиомаркетинг;
  - Визуальный маркетинг и визуальный мерчендайзинг. Цветотерапия в коммуникациях;
  - Воздействие на органы чувств человека;
  - Построение эмоциональной связи потребителя и бренда;
  - Визуализация образов для продвижения продуктовых маркеров;
  - Визуализация образов под целевую аудиторию;
  - Методы нейромаркетинга;
  - Потребительские маркеры;
  - Дофономика;
  - Модель Крейчмера;
  - Основные психотипы, их формирование и способы диагностики;
  - Применение психологического и физиологического тестирования в сегментации целевой аудитории;
  - Современные интернет-технологии тестирования целевой аудитории;
  - Понятие и сущность рекламы;
  - Реклама как универсальный механизм психопрограммирования сознания и поведения людей в различных сферах жизни;
  - Культурные, социальные и личностные предпочтения в рекламе;
  - Классификация типов рекламы по целям воздействия;
  - Гендерные образы рекламы;
  - Рекламно-коммуникационные пространства с позиции технологии НЛП;
  - Структура рекламно-коммуникационных каналов, их особенности и механизмы передачи рекламной информации;
  - Психологические механизмы рекламного воздействия;
  - Психология цвета в рекламе;
  - Общее понятие о манипуляции;
  - Механизмы манипулятивного воздействия на потребителя;
  - Психология восприятия рекламы;
  - Психология манипуляции в рекламной деятельности.
- 3.3.4 Типовые (примерные) темы для письменных работ:
- Подберите и продемонстрируйте на занятии рекламные ролики, построенные по следующим моделям рекламного воздействия: AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR и «Одобрение»;
  - Подготовьте презентацию «Эмоции и их визуализация»;
  - Подготовить подборку эмоциональных фотографий, используемых в продвижении продукта с учетом эмоционального и сенсорного воздействия

на аудиторию. Проанализировать бренд (по выбору) с точки зрения нейромаркетинга (по выбору) и оформить отчет с анализом;

- Определить и обосновать культурную обусловленность сенсорных предпочтений (на примере любой культуры по выбору). Проанализировать использование ритуалов и суеверий как инструмента создания эмоциональной связи с брендами (на примере конкретного бренда) и оформить отчет с анализом.

### **3.4 Методические материалы по процедурам оценивания**

3.4.1 Методика (в том числе технологические и организационные аспекты), определяющая процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, установлены положениями об организации образовательной деятельности по программам высшего образования, о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации, о балльно-рейтинговой системе аттестации, о фонде оценочных средств и изданными в соответствии с ними другими локальными нормативными актами, в т.ч. внутривузовскими стандартами, Академии ВЭГУ.

3.4.2 Обеспечение аттестации в Академии ВЭГУ должно удовлетворять, в первую очередь, требованиям нацеленности на результат обучения, системности, унификации и объективности, что на практике означает следующие:

- применение единых критериев оценивания по всем образовательным программам;
- сопряженность всех видов контрольные измерительных материалов с конечными компетенциями и друг с другом (высокая степень валидности) и их репрезентативность с содержанием программы;
- выведение итоговых оценок по результатам проверки знаний, умений и навыков по всем дидактическим единицам оцениваемой программы;
- применение единых контрольные измерительных материалов и процедур аттестации к обучающимся всех форм и технологий обучения;
- привлечение к осуществлению аттестации не задействованных в подпроцессе обучения обучающихся, в т.ч. практикующих специалистов необразовательных организаций;
- широкое применение инструментальной среды;
- обязательная экспертиза текстов письменных работ (и других видов оформления результатов проектирования) на авторство (отсутствие заимствований, плагиата, копирования);
- ежегодное обновление тем письменных работ.

Порядок разработки, использования и хранения контрольных измерительных материалов (включая требования к режиму их защиты, порядку и условиям размещения информации, содержащейся в контрольных измерительных материалах, в сети «Интернет») устанавливается в

соответствии с федеральными требованиями положением Академии ВЭГУ о фонде оценочных средств.

3.4.3 При организации аттестации обучающихся в Академии ВЭГУ обязательно исполнение следующих положений:

- аттестации подлежат только образовательные программы, назначенные для данного аттестуемого (правилами приема, учебными планами и другими соответствующими документами);
- аттестацию может проводить только тот обучающий (эксперт), который закреплен для данной процедуры по данной группе аттестуемых;
- аттестация проводится только с использованием утвержденных контрольные измерительных материалов и по утвержденной форме и процедуре;
- аттестация проводится только для тех обучающихся, которые имеют соответствующий допуск;
- результаты аттестации должны быть зафиксированы в утвержденных для этого документах.

## **4. Информационные ресурсы**

### **4.1 Основная учебная литература**

<b>№ п/п</b>	<b>Выходные данные основной учебной литературы</b>	<b>Адрес доступа к полнотекстовому варианту в Электронно-библиотечной системе Академии ВЭГУ</b>
1.	Арндт, Трайндл Нейромаркетинг: визуализация эмоций / Трайндл Арндт ; перевод А. Гордеева, Р. Яворского. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 114 с.	<a href="https://www.iprbookshop.ru/93029.html">https://www.iprbookshop.ru/93029.html</a>
2.	Гуревич, П. С. Психология рекламы : учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 271 с.	<a href="https://www.iprbookshop.ru/81554.html">https://www.iprbookshop.ru/81554.html</a>
3.	Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин.— Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: (дата обращения: 21.09.2022).	<a href="https://urait.ru/bcode/489012">https://urait.ru/bcode/489012</a>

### **4.2 Дополнительная учебная литература**

<b>№ п/п</b>	<b>Выходные данные дополнительной учебной литературы</b>	<b>Адрес доступа к полнотекстовому варианту (в ЭБС Академии ВЭГУ или других ресурсах в сети «Интернет»)</b>
--------------	--	---

1.	Душкина, М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов/ М. Р. Душкина.— Москва: Издательство Юрайт, 2022.— 259 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/496454">https://urait.ru/bcode/496454</a>
2.	Залевский, Г. В. Психология личности: фиксированные формы поведения: учебное пособие для вузов/ Г. В. Залевский. - 2-е изд.— Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 306 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/475738">https://urait.ru/bcode/475738</a>
3.	Ляксо, Е.Е. Возрастная физиология и психофизиология: учебник для вузов/ Е. Е.Ляксо, А. Д. Ноздрачев, Л.В.Соколова. - Москва: Издательство Юрайт, 2022.— 396 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/489156">https://urait.ru/bcode/489156</a>
4.	Соколова, Л. В. Психофизиология. Развитие учения о мозге и поведении: учебное пособие для вузов/ Л. В. Соколова.— 2-е изд., испр. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 210 с.).	<a href="https://urait.ru/bcode/472194">https://urait.ru/bcode/472194</a>
5.	Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов/ Л.. Федотова.- Москва: Издательство Юрайт, 2022.- 391 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/489371">https://urait.ru/bcode/489371</a>

### 4.3 Ресурсы сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Адрес доступа к полнотекстовому варианту (в ЭБС Академии ВЭГУ или других ресурсах в сети «Интернет»)
<b>Современные профессиональные базы</b>		
1	Институт Психологии РАН	<a href="http://ipras.ru/">http://ipras.ru/</a>
2	Институт развития личности	<a href="http://www.ipd.ru/">http://www.ipd.ru/</a>
3	Институт эволюционной психологии и биохимии им. И.М. Сеченова	<a href="http://www.iephb.ru/">http://www.iephb.ru/</a>
4	Министерство здравоохранения Российской Федерации	<a href="https://www.rosminzdrav.ru/">https://www.rosminzdrav.ru/</a>
5	Министерство образования и науки Российской Федерации	<a href="https://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/">https://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/</a>
<b>Информационные справочные системы</b>		
1	Агентства психологических новостей PsyPress.ru	<a href="http://psypress.ru/">http://psypress.ru/</a>
2	Консультант Плюс	<a href="https://www.consultant.ru/">https://www.consultant.ru/</a>
3	«Психологическая лаборатория»	<a href="http://vch.narod.ru">http://vch.narod.ru</a>
<b>Иные ресурсы Интернет</b>		
1	«Библиотека психологической литературы» ВООКАР	<a href="http://bookap.info">http://bookap.info</a>
2	«Психологический навигатор»	<a href="http://www.psynavigator.ru/">http://www.psynavigator.ru/</a>
3	«Флогистон: Психология из первых рук»	<a href="http://flogiston.ru/library">http://flogiston.ru/library</a>
4	Журнал «Вопросы психологии»	<a href="http://www.voppsy.ru">http://www.voppsy.ru</a>
5	Каталог архивов сайтов и книг ZipSites.ru	<a href="http://www.zipsites.ru/psy/psylib/">http://www.zipsites.ru/psy/psylib/</a>

6	Научный электронный журнал «Психологические исследования»	<a href="http://www.psystudy.com/">http://www.psystudy.com/</a>
7	Образовательный видеопортал UniverTV.ru	<a href="http://univertv.ru/lekcii_po_psihologii/">http://univertv.ru/lekcii_po_psihologii/</a>
8	Портал психологических изданий PsyJournals.ru	<a href="http://psyjournals.ru/topic/index.shtml">http://psyjournals.ru/topic/index.shtml</a>
9	Словопедия	<a href="http://www.slovopedia.com">http://www.slovopedia.com</a>

## 4.4 Информационные технологии

### 4.4.1 АСО Академии ВЭГУ

Образовательный процесс по данной дисциплине в Академии ВЭГУ ведется с широким использованием Автоматизированной системы обучения. В частности, применяются следующие составные части (модули) АСО:

№ п/п	Полное наименование	Область применения в образовательной деятельности
1	«1С-Битрикс: внутренний портал учебного заведения»	<p>Платформа для интеграции всех сервисов и создания виртуальных рабочих кабинетов участников образовательного процесса.</p> <p>1. Создание ЭИОС для обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- редактирование индивидуального учебного плана, обучающегося;</li> <li>- изучение материалов по доступным дисциплинам (модулям) (электронный курс, материалы для самоконтроля и прохождения аттестации, расписание трансляций лекций, очных занятий и вебинаров, просмотр видео материалов);</li> <li>- средства электронных коммуникаций (форумы, комментарии, чат) для общения с участниками процесса обучения (в учебной и предметных группах);</li> <li>- просмотр электронной зачётной книжки;</li> <li>- получение информации о набранных кредитах (оценках);</li> <li>- автоматическое зачисление в предметные и учебные группы;</li> <li>- формирование портфолио обучающегося (данные по IMSePortfolioSpecification (<a href="http://www.imsglobal.org/ep/">http://www.imsglobal.org/ep/</a>));</li> <li>- биллинговая система (on-line оплата обучения, просмотр истории оплаты).</li> </ul> <p>2. Создание ЭИОС для обучающего:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение информации по нагрузке;</li> <li>- планирование и проведение вебинаров;</li> <li>- разработка и экспертиза контрольно-измерительных материалов (КИМ);</li> <li>- проверка эссе обучающихся;</li> <li>- средства электронных коммуникаций (форумы, комментарии, чат) для общения с участниками процесса обучения (в учебных и предметных группах);</li> <li>- публикация мультимедийного обучающего</li> </ul>



		<p>контента;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование персонального портфолио.</li> </ul> <p>3. Для организаторов образовательного процесса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- система мониторинга (получение информации об активности пользователей; организация опросов пользователей);</li> <li>- участие в группах (учебных, предметных, общих);</li> <li>- поддержка основных элементов коммуникаций (форумы, комментарии);</li> <li>- оценивание и организация объектов социальной сети;</li> <li>- отслеживание рейтингов и достижений;</li> <li>- публичное портфолио пользователя;</li> <li>- работа с заявками (отправка, отслеживание выполнения).</li> </ul>
2	«Компас-В» на платформе «1С: Предприятие 8.2»	<p>Автоматизирует работу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приёмной комиссии (ведение базы абитуриентов, зачисление на обучение, финансовые и маркетинговые отчёты),</li> <li>- деканата (документооборот приказов по движению обучающихся, репозиторий документов обучающихся, оповещение обучающихся по электронной почте, SMS),</li> <li>- учебно-методического управления (ведение базы преподавателей, формирование и учёт учебной нагрузки).</li> </ul>
3	Программный комплекс «Автоматизированная среда аттестации АСА»	<p>Автоматизирует процедуры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки, экспертизы и публичной экспертизы контрольно-измерительных материалов;</li> <li>- формирования и использования фонда оценочных средств по конкретным программам, дисциплинам (модулям, предметам, видам учебной работы);</li> <li>- проведения обучения с использованием балльно - рейтинговой системы (БРС);</li> <li>- допуска, проведения приема экзаменов, зачетов, письменных аттестационных работ;</li> <li>- видеопотоколирования процесса аттестации;</li> <li>- оформления документации по процессам аттестации (аттестационных ведомостей, заявлений на оплату выполненной обучающимися работы, отчетов);</li> <li>- контроля успеваемости обучающихся;</li> <li>- мониторинга удовлетворенности обучающимися качеством контрольно-измерительных материалов и процедурами аттестации.</li> </ul>
4	Система программных продуктов	Используется для:

	LMSMoodle	- публикации электронных курсов; - просмотра результата прохождения электронного курса и последующего его учёта в рамках БРС.
5	Система автоматизации библиотек ИРБИС64	Используется для: организации доступа к электронной библиотеке для: просмотра полнотекстовых вариантов основной и дополнительной литературы; просмотра учебно-методических комплексов дисциплин.
6	Программный продукт Автоматизированная информационная система библиотеки «Электронная библиотека»	Используется для организации процесса разработки и обновления полнотекстовых электронных версий учебных материалов и рабочих программ дисциплин.
7	Открытое программное обеспечение «BigBlueButton»	Сервис интегрированный в АСО, используется для: - организации и проведения вебинаров, интерактивных занятий, on-line консультаций и лекций; - просмотра записей вебинаров

#### 4.4.2 Специальные информационные технологии

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплине, включает следующий перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

Программный продукт	Договор
1. 7-Zip 16.04 2. Acrobat Reader X 3. Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows 4. Mozilla Firefox 57.0.2 5. Google Chrome 63.0.3239.132 6. Microsoft Office 2007 7. VLC 2.1.1 8) Microsoft Windows 7 Professional Academic Open License 9) Microsoft Windows Server 2008	1) лицензия GNULGPL (Свободное ПО) 2) лицензионное соглашение с компанией Adobe 3) лицензия № 1FB6-170208-101930-190-411 4) лицензия GNULGPL (Свободное ПО) 5) лицензия LGPL (Свободное ПО) 6) лицензия № 43509314 7) лицензия GNULGPL (Свободное ПО) 8) лицензия № 62875440 9) лицензия № 47623222

#### 4.5 Материально-техническая база

4.5.1 В процессе обучения данной дисциплины используется специальный виртуальный учебный кабинет – предметная группа модуля «Кампус ВЭГУ 24» (далее – ПГ).

4.5.2 Информационно-предметная среда ПГ размещается в разделах меню ПГ, а так же в разделах и подразделах меню «Кампус ВЭГУ 24».

Размещение материалов (или обеспечение прямого доступа к информационным ресурсам) в разделах меню «Кампус ВЭГУ 24»

осуществляется в централизованном порядке структурными подразделениями Академии ВЭГУ (материалы Электронно-библиотечной системы, локальные нормативные акты Академии ВЭГУ, записи проведенных учебных занятий и т.п.).

В разделах меню ПГ размещение материалов организовывается преподавателем, являющимся владельцем данной ПГ (т.е. закрепленным за реализацией данной дисциплины).

4.5.3 Взаимодействие обучающихся в ПГ осуществляется на принципах тьюторинга и интерактива.

Тьюторинг осуществляется посредством постановки преподавателем задач перед обучающимся, консультирования, проверки и оценивания исполнения задач.

Интерактивный метод обучения обеспечивается организацией преподавателем в ПГ взаимодействия обучающихся друг с другом в сфере освоения программы дисциплины в разных формах и способах, в т.ч.:

- обязательных в рамках этапа (контрольных точек) БРС и факультативных занятий в форме дискуссий, групповой (командной) творческой работы, группового проектирования, кейс-метода, «мозгового штурма» или игры;
- широким использованием ПГ для общего обмена мнениями при постоянном контроле со стороны преподавателя и корректировки оценок и поощрения лучших сообщений;
- вовлечения обучающихся в формирование базы знаний.

4.5.4 Для ведения образовательной деятельности в учебных корпусах Академии ВЭГУ имеются: учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Они укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, в том числе презентации ППС по дисциплине. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду Академии ВЭГУ.

Для проведения лекционных занятий необходимо следующее материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук и т.д.), рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной

среде, пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы и пр.), мультимедийное оборудование, комплекты электронных презентаций/слайдов.

Полный перечень материально-технического обеспечения по дисциплине указан в Справке о материально-техническом обеспечении основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

## **5. Методические указания обучающемуся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц, 360 часов.

В рамках дисциплины предполагается изучение следующих разделов:

- Психология влияния и основы нейромаркетинга;
- Психология рекламы.

Ключевыми понятиями раздела 1 «Психология влияния и основы нейромаркетинга» являются: нейромаркетинг, профайлинг, визуал, целевая аудитория, психология поведения, групповое влияние. Изучая раздел 1, студент познакомится с психофизиологией познавательных процессов, психологией потребительского поведения, основными исследованиями в области нейромаркетинга, визуальным маркетингом и визуальным мерчендайзингом. В разделе будут рассмотрены современные интернет-технологии тестирования целевой аудитории.

Ключевыми понятиями раздела 2 «Психология рекламы» являются: реклама, внушение, манипуляция, суггестия. Изучая раздел 2, студент познакомится психологическими эффективностями рекламы, психологией восприятия рекламы, психологией манипуляций в рекламной деятельности, рекламными инструментами воздействия на мотивацию покупательского поведения целевой аудитории.

По курсу «Нейромаркетинг и психология рекламы» предусмотрено выполнение студентами различных видов самостоятельной работы. Предполагаются самостоятельные задания на изучение теоретических основ нейромаркетинга и психологии рекламы (отзывы на статьи, анализ научных и научно-методических работ). Выполнение данных заданий позволит аналитически оценить существующие проблемы и перспективы развития нейромаркетинга и психологии рекламы. А также предполагаются самостоятельные задания, как на изучение теоретических основ дисциплины, так и вопросы, и задания практического характера.

По каждому разделу предусмотрено выполнение студентами различных видов самостоятельной работы.

- самостоятельная работа во время основных аудиторных занятий (лекций);
- самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций и творческих контактов;

- внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении студентом домашних заданий учебного и творческого характера.

По итогам освоения дисциплины предусмотрена текущая, рубежная, промежуточная аттестация. В рамках текущей аттестации предполагается использование следующих форм оценочных средств: активность студента, участие в интерактивных формах занятий.

Для подготовки к аттестации рекомендуется:

- изучить лекционный и практический материал;
- изучить материалы, представленные по данной дисциплине в библиотеке Академии ВЭГУ или воспользоваться электронной библиотекой;
- использовать самообучающие программы;
- контролировать уровень своих знаний тестами-тренингами.

## **6. Особенности освоения дисциплины (модуля) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

6.1 Выбор методов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определяются исходя из их доступности для данной категории обучающихся, определяется содержанием обучения, исходным уровнем имеющихся знаний, уровнем профессиональной подготовки педагогов, особенностями восприятия информации обучающимися. В образовательном процессе предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социальной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата.

6.2 В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья кафедра обеспечивает:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: – надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывание в указанных помещениях.

6.3 Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

6.4 Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Категории обучающихся	Формы предоставления
С нарушением слуха	в печатной форме; в форме электронного документа
С нарушением зрения	в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

6.5 Процедура промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. При необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к промежуточной аттестации, а также предоставляется дополнительное время для подготовки ответа в ходе контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика);

2. доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

3. доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с

ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

6.6 Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах, а также предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература и специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Проректор по учебно-научной и  
воспитательной работе



А.О. Целищев