

*Компонент профессиональной программы
(программы повышения квалификации)
«Нейромаркетинг»
утвержденной Ректором Ю.И. Богомоловой,
принятой на заседании Ученого совета ИМЭС
Протокол от 29 января 2026 г. № 5*

3.3. Учебно-тематический план

Наименование тем курса	Контактная работа, час.	Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
	Теория		
1. Что такое нейромаркетинг? Методы и инструменты. Триггеры. Эффективность и исследования. Как нейромаркетинг используют в продажах.	12	7	20
2. Понятие о рекламном тексте. Основные виды рекламных текстов. Хорошая и плохая реклама. Формулы создания рекламных текстов. Выбор типа аргументации и доводов в рекламном тексте. Функция и структура концовки в рекламном тексте. Выразительные средства в коммуникации в рекламе.	12	7	20
3. НЛП: миф или правда? Что такое суггестия. Как это работает в бизнесе. Как провести переговоры успешно. Секретные методики спецслужб. Как избежать вербовки?	12	7	20
Контроль		10	15
ИТОГО:	36	31	72