ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 028C6980001EB4999C4F91A188C1304800
Владелец: АНО ВО "ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ", ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ, ИМЭС
Действителен: с 31.03.2026 до 30.06.2027

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

Раздел 2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Пояснительная записка

Реализация образовательной программы направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Срок освоения программы (объем) – общее количество часов, запланированных на весь период обучения, необходимых для освоения программы — **108** часов.

Форма обучения – заочная.

С учетом особенностей и образовательных потребностей слушателей возможно освоение части образовательной программы по индивидуальному плану, в порядке, предусмотренном локальными нормативными актами ИМЭС.

Образовательная деятельность осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Категория слушателей: к освоению программы допускаются:

– лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
– лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Программа может быть реализована с применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (далее – ЭОиДОТ), в порядке, предусмотренном локальными нормативными актами Института.

Форма аттестации: при реализации программы предусмотрены текущий контроль и итоговая аттестация.

Лицам, прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

2.2. Цель и задачи программы

Целью программы «Нейромаркетинг» является формирование у обучающихся теоретических знаний методов и приемов онлайн и офлайн коммуникации, овладение практическими навыками мониторинга информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также создания и редактирования рекламных медиатекстов, неймов, слоганов.

Задачи:

– освоение основ создания медиатекстов;
– изучение методов и приемов онлайн и офлайн коммуникации;
– ознакомление с характеристиками и требованиями к написанию и редактированию медиатекстов различных жанров;
– изучение композиционных элементов медиатекста;
– формирование профессиональных навыков в области нейромаркетинга.

2.3. Планируемые результаты освоения программы и описание перечня профессиональных компетенций

В результате обучения по программе «**Нейромаркетинг**» слушатели совершенствуют и (или) получают следующие профессиональные компетенции в соответствии с Профессиональным стандартом 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г., N 535н:

ПК-1. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.

ПК-2. Способен выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями.

В рамках совершенствования и (или) получения профессиональных компетенций слушатель должен:

знать:

- технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ;
- разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ;
- организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ;
- основные методы воздействия на поведение целевой аудитории и принципы успешной самопрезентации;

уметь:

- применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ;
- использовать разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ;

владеть:

- навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ;
- разработками маркетинговой стратегии для продукции СМИ;
- способностью организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

2.4. Содержание образовательной программы

1. Нейромаркетинг: практическое применение.
2. Создание продающих текстов.
3. НЛП-переговоры в бизнесе: как продать свою идею.