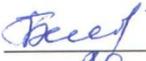


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 26.04.2024 11:33:29  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель КСН  
 М.Л. Белоношко  
«28» 08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Нейроэкономика

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Нейроэкономика»

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Е.А.Колесник, доцент кафедры МиМУ, к.э.н, доцент



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки квалифицированного и компетентного изучения универсальных методов исследования экономического поведения, выявления и анализа инструментов и механизмов, которые влияют и формируют поведение экономических агентов.

### **Основными задачами изучения курса являются:**

1. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ принятия решения во время выбора альтернативных вариантов применения маркетинговых технологий, знание основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, структуры организации, зоны ответственности и функции подразделений.
2. Оценивать и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, работать с большими объемами информации.
3. Уточнение приёмов и методик мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках, механизмов общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации.
4. Оценка и обоснование формирования навыков анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Нейроэкономика» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Экономика»; «Психология массового сознания»; «Теория и практика массовой информации»; «Логика».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

### **Знание:**

- основ критического анализа;
- совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.

### **Умения:**

- находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;
- осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- определять и оценивать практические последствия возможных решений задачи.

### **Владение:**

- основ межкультурной коммуникации;
- методами анализа современной медиакоммуникационной системы;
- навыками отличия фактов от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.

Содержание дисциплины «Нейроэкономика» служит основой для освоения дисциплин: «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Медиапланирование», «Управление коммуникационными проектами».

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
<b>ПКС-2</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<b>Знать:</b> ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии ПКС-2. 3.2.2. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений	<b>Знает:</b> ПКС-2. 3.2.1. Знает процесс принятия решения во время выбора альтернативных вариантов применения маркетинговых технологий ПКС-2. 3.2.2. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений
	<b>Уметь:</b> ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты и качественные методы анализа ПКС-2. У.2.2. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	<b>Уметь:</b> ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты и качественные методы анализа ПКС-2. У.2.2. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	<b>Владеть:</b> ПКС-2. В.2.1. Владеет поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ПКС-2. В.2.4. Владеет механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации	<b>Владеть:</b> ПКС-2. В.2.1. Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ПКС-2. В.2.4. Владеет механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2/4	32	16	-	24+36	экзамен
заочная	2/3	8	6	-	85+9	экзамен

### 5. Структура и содержание дисциплины

## 5.1. Структура дисциплины.

### очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Нейроэкономика: теория принятия решений в экономике.	4	2	-	4	10	ПКС-4.3.4.2 ПКС-4.3.4.6	Презентация Деловая игра
2	2	Истоки формирования поведенческой экономической теории	4	2	-	4	10	ПКС-4.3.4.2 ПКС-4.У.4.2. ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.5	Презентация Тесты
3	3	Выбор в условиях риска и неопределенности	6	2	-	4	12	ПКС-4.У4,7 ПКС-4.У.4.11 ПКС-4.В.4.10.	Выполнение практической работы Тесты
4	4	Поведенческая теория личности Поведенческая теория фирмы	8	4	-	4	16	ПКС-4.3.4.3 ПКС-4.У.4.2 ПКС-4.У.4.7. ПКС-4.В.4.5. ПКС-4.В.4.11	Презентация Выполнение практической работы Задачи
5	5	Поведенческая теория потребления	4	2	-	4	10	ПКС-4.3.4.2, ПКС-4.У4,7 ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.11	Презентации Тесты
6	6	Поведенческие финансы	6	4	-	4	14	ПКС-4.3.4.2. ПКС-4.3.4.6. ПКС-4.У.4.2 ПКС-4.В.4.5. ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.11	Выполнение практической работы Тест
7	Экзамен				-	36	36	ПКС-4.3.4.2 ПКС-4.3.4.3 ПКС-4.3.4.6. ПКС-4.У4,2 ПКС-4.У.4.7 ПКС-4.В.4.5 ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.11	Экзаменационные вопросы
Итого:			32	16	-	24+36	108		

### заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Нейроэкономика: теория принятия решений	1	1	-	14	6	ПКС-4.3.4.2 ПКС-4.3.4.6	Презентация

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		в экономике.							
2	2	Истоки формирования поведенческой экономической теории	1	1	-	14	6	ПКС-4.3.4.2 ПКС-4.У.4.2. ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.5	Презентация Тесты
3	3	Выбор в условиях риска и неопределенности	1	1	-	14	6	ПКС-4.У4.7 ПКС-4.У.4.11 ПКС-4.В.4.10.	Выполнение практической работы Кейс
4	4	Поведенческая теория личности Поведенческая теория фирмы	2	1	-	14	7	ПКС-4.3.4.3 ПКС-4.У.4.2 ПКС-4.У.4.7. ПКС-4.В.4.5. ПКС-4.В.4.11	Презентация Выполнение практической работы
5	5	Поведенческая теория потребления	1	1	-	14	6	ПКС-4.3.4.2, ПКС-4.У4.7 ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.11	Презентации
6	6	Поведенческие финансы	2	1	-	15	7	ПКС-4.3.4.2. ПКС-4.3.4.6. ПКС-4.У.4.2 ПКС-4.В.4.5. ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.11	Выполнение практической работы Тест
7	Экзамен					9	9	ПКС-4.3.4.2 ПКС-4.3.4.3 ПКС-4.3.4.6. ПКС-4.У.4.2 ПКС-4.У.4.7 ПКС-4.В.4.5 ПКС-4.В.4.10 ПКС-4.В.4.11	Экзаменационные вопросы и задания
Итого:			8	6	-	85+9	108		

### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

### 5.2. Содержание дисциплины.

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

#### Раздел 1. «Нейроэкономика: теория принятия решений в экономике».

Предмет исследования нейроэкономики, Междисциплинарность нейроэкономики, методы исследования нейроэкономики, наноэкономическая основа поведенческой науки.

## **Раздел 2. «Истоки формирования поведенческой экономической теории».**

Эволюция поведенческой экономики, основатели поведенческой экономики, развитие исследований в области поведенческой экономики.

## **Раздел 3. «Выбор в условиях риска и неопределенности».**

Теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски, ошибки репрезентативности, фрейминг-эффекты, особенности принятия решений в условиях риска и неопределенности, управление экономическим поведением при помощи страхов.

## **Раздел 4. «Поведенческая теория личности. Поведенческая теория фирмы».**

Многофункциональная роль личности в экономике, психологические особенности экономических агентов, креативность и инновационность потребителей, эмоциональный интеллект, теория поколений.

Фирма в поведенческой экономической теории, ограниченная рациональность в принятии экономических решений, модель переменной рациональности, фирма как коалиция участников, развитие поведенческой теории фирмы, социально-эволюционная теория спиральной динамики, реализация поведенческой теории фирмы в новой экономике, поведенческая основа взаимодействия в виртуальной среде Интернет.

## **Раздел 5. «Поведенческая теория потребления».**

Основные концепции поведенческой теории потребления, субъективно-психологическая концепция цикла, психологические особенности потребительского выбора, влияние информационных каскадов на поведение потребителей, прикладные аспекты поведенческой теории потребления, новейшие тенденции поведения потребителей на рынке, экологизация потребительского поведения, эстетизация потребительского поведения.

## **Раздел 6. «Поведенческие финансы».**

Экономическая и психологическая сущность денег, отношение к деньгам как критерий сравнительных способов поведения экономических субъектов, типология «денежного» поведения, макроэкономические исследования психологии денег, модель перекрывающихся поколений, прикладные аспекты поведенческих финансов.

### **5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.**

#### **Лекционные занятия**

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	1	-	Нейроэкономика: теория принятия решений в экономике
2	2	4	1	-	Истоки формирования поведенческой экономической теории
3	3	6	1	-	Выбор в условиях риска и неопределенности
4	4	8	2	-	Поведенческая теория личности. Поведенческая теория фирмы
5	5	4	1		Поведенческая теория потребления
6	6	6	2		Поведенческие финансы

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
Итого:		32	8	X	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	1		Нейроэкономика: теория принятия решений в экономике
2	2	2	1		Истоки формирования поведенческой экономической теории
3	3	2	1		Выбор в условиях риска и неопределенности
4	4	4	1		Поведенческая теория личности. Поведенческая теория фирмы
5	5	2	1		Поведенческая теория потребления
6	6	4	1		Поведенческие финансы
Итого:		16	6	X	X

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	4	14		Нейроэкономика: теория принятия решений в экономике	Подготовка презентации
2	2	4	14		Истоки формирования поведенческой экономической теории	Подготовка презентации Подготовка к тестам
3	3	4	14		Выбор в условиях риска и неопределенности	Подготовка к практическим занятиям (кейс)
4	4	4	14		Поведенческая теория личности. Поведенческая теория фирмы	Подготовка презентации Подготовка к практическим занятиям (тесты, решение задач)
5	5	4	14		Поведенческая теория потребления	Подготовка презентации Подготовка к практическим занятиям (тесты)

6	6	4	15		Поведенческие финансы	Подготовка к практическим занятиям (тесты)
7	1-6	36	9	-	-	Подготовка к экзамену
Итого:		24+36	85+9	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## **6. Тематика курсовых работ/проектов**

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## **7. Контрольные работы**

### **7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ**

#### **7.2. Тематика контрольных работ**

1. Основы и предпосылки возникновения нейроэкономики. Расширение понятия рационального поведения. Нестандартные компоненты функций полезности (влияние будущего потребления (предвкушение, страх), точки отсчета функций полезности, социальные предпочтения (альтруизм, справедливость, взаимность))
2. Особенности принятия решений в группе. Биологические основы сотрудничества, их эволюционные предпосылки.
3. Совершенная и ограниченная рациональность. Виды ограниченной рациональности. Примеры принятия нерациональных решений
4. Ограниченная рациональность Г. Саймона. Понятие satisfying при принятии экономических решений
5. Эвристические ошибки, поведенческие отклонения в финансах (доступность, репрезентативность, ошибка игрока, якорение, ошибка подтверждения, фрейминг).
6. Теория проспектов. Эффекты фрейминга (формулировки проблемы). Влияние точки отсчета полезности. Повышенная чувствительность к потерям. Невероятные веса в оценке проспектов
7. Модели с включением вер в функцию полезности. Когнитивный диссонанс и его экономические последствия. Отступление: экспериментальная практика в экономике и психологии.
8. Рационализуемые предпочтения относительно источников информации. Рациональные объяснения смещенности вер на основе эндогенного получения информации.
9. Немотивированные смещения вер. Эвристические правила обработки информации. Влияние случайных факторов на (выявленные) предпочтения.
10. Теория перспектив и ее приложения к финансам. Эксперименты, свидетельствующие о наличии эвристических ошибок и отклонений.
11. Корпоративная политика рациональных менеджеров. Личные качества менеджеров, вызывающие отклонения от рационального поведения: пол, возраст, опыт, образование, связи.
12. Чрезмерная самоуверенность (overconfidence) и высокомерие (hubris) менеджеров. Типы корпоративной политики, подверженные влиянию личных качеств менеджеров: выбор структуры капитала, дивидендной политики, сделки слияний и присоединений, инвестиционная политика.

13. Гипотеза эффективного рынка и ее провалы. Эвристические ошибки и отклонения рыночных инвесторов и их последствия. Эмпирические свидетельства иррациональности на фондовом рынке. Роль иррационального поведения инвесторов в наступлении мировых кризисов.

14. Социальные предпочтения. Справедливость распределения благ как аргумент функции полезности.

15. Предпочтения, основанные на взаимности. Эксперименты, тестирующие различные теории социальных предпочтений.

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	10
1.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
1.3	Решение практических задач по теме.	10
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Готовая презентация по теме	10
2.2	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
2.3	Решение практических задач по теме.	10
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
3.1	Выполнение тестовых заданий по теме.	10
3.2	Готовая презентация по теме	10
3.3	Решение практических задач по теме.	10
3.4.	Итоговый тест	10
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
<b>ВСЕГО</b>		<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Прспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
2. Windows 8

## **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## **11. Методические указания по организации СРС**

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Нейроэкономика

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
<p><b>ПКС-2</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПКС-2. 3.2.1. Знает процесс принятия решения во время выбора альтернативных вариантов применения маркетинговых технологий</p> <p>ПКС-2. 3.2.2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации</p> <p>ПКС-2. 3.2.3. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений</p>	<p>Не знает процесс принятия решения во время выбора альтернативных вариантов применения маркетинговых технологий, основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений</p>	<p>Демонстрирует отдельные знания процесса принятия решения во время выбора альтернативных вариантов применения маркетинговых технологий, основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений</p>	<p>Демонстрирует достаточные знания процесса принятия решения во время выбора альтернативных вариантов применения маркетинговых технологий, способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, структуры организации, зоны ответственности и функции подразделений</p>	<p>Демонстрирует исчерпывающие знания процесса принятия решения во время выбора альтернативных вариантов применения маркетинговых технологий, способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, структуры организации, зоны ответственности и функции подразделений</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>ПКС-2. У.2.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>ПКС-2. У.2.3..Умеет работать с большими объемами информации</p>	<p>Не умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, работать с большими объемами информации</p>	<p>Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, работать с большими объемами информации, допуская значительные неточности и погрешности</p>	<p>Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, работать с большими объемами информации, допуская незначительные неточности</p>	<p>В совершенстве умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, работать с большими объемами информации</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>ПКС-2. В.2.1. Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</p> <p>ПКС-2. В.2.4. Владеет навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p>ПКС-2. В.2.5. Владеет механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>	<p>Не владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ, мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках, общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>	<p>Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ, мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках, механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации, допуская ряд ошибок</p>	<p>Хорошо владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ, мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках, механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации, допуская незначительные ошибки</p>	<p>В совершенстве владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ, мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках, механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>

**КАРТА**

**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Нейроэкономика

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	<b>Минько, Э. В.</b> Оценка эффективности коммерческих проектов : учебное пособие / Минько Э. В. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 553 с. - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/74230.html">http://www.iprbookshop.ru/74230.html</a> .	ЭР	25	100	+
2	<b>Балдин, Константин Васильевич.</b> Управленческие решения : учеб. / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин. - Москва : Дашков и К, 2017. - 494 с. : ил. - URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/93470">https://e.lanbook.com/book/93470</a> .	ЭР	25	100	+
3	<b>Афанасьева, О. В.</b> Основы системного анализа и управления : учебник / Афанасьева О. В. - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский горный университет, 2017. - 552 с. - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/78143.html">http://www.iprbookshop.ru/78143.html</a> . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "IPR BOOKS".	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК



Д.Х. Каюкова