Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

# Медиапсихология и нейромаркетинг

| | |
|---|---|
| *Направление подготовки* | Реклама и связи с общественностью |
| *Код* | 42.04.01 |
| *Направленность (профиль)* | Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг |
| *Квалификация (степень) выпускника* | магистр |

Москва
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABB04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

| Группа компетенций | Категория компетенций | Код |
|---|---|---|
| Универсальные | Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК - 6 |

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

| Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|---|---|---|
| **УК-6** | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования на основе самооценки | **УК-6.1** Оценивает личностные ресурсы по достижению целей управления своим временем для успешного выполнения порученной работы и саморазвития. **УК-6.2** Критически оценивает эффективность использования времени при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата. **УК-6.3** Проявляет интерес к саморазвитию и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков, на основе представлений о непрерывности образования в течение всей жизни. **УК-6.4** Использует различные технологии самосовершенствования и саморазвития, приемы достижения личной эффективности. **УК-6.5** Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных целей и задач. |

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

***3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине***

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

| Дескрипторы по дисциплине | Знать | Уметь | Владеть |
|---|---|---|---|
| **Код компетенции** | **УК - 6** | | |
| | – теоретические основы медиапсихологии и нейромаркетинга;<br>– психологические механизмы восприятия | – применять знания медиапсихологии и нейромаркетинга для анализа медиаконтента и рекламы;<br>– использовать нейромаркетинговые | – навыками анализа психологического воздействия медиаконтента;<br>– методами нейромаркетинго |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | медиаконтента и рекламы;<br>– нейромаркетинговые методы исследования потребительского поведения (айтрекинг, EEG, fMRI, биометрия);<br>– принципы влияния медиа на когнитивные и эмоциональные процессы аудитории;<br>– технологии самосовершенствования и саморазвития, приёмы достижения личной эффективности;<br>– методы критической оценки эффективности использования времени и ресурсов. | методы для исследования потребительского поведения;<br>– оценивать личностные ресурсы и эффективность использования времени;<br>– применять технологии самосовершенствования и саморазвития для повышения личной эффективности;<br>– критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении профессиональных задач. | вых исследований;<br>– технологиями самосовершенствования и саморазвития;<br>– приёмами достижения личной эффективности;<br>– навыками критической оценки эффективности использования времени и ресурсов. |

## 4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиапсихология и нейромаркетинг» относится к факультативным дисциплинам (ФТД) учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Сбор и анализ качественных данных в рекламе и паблик рилейшнз», «Контент-маркетинг и сторителлинг», «Контент-стратегия в социальных медиа», «Омниканальность и интегрированные коммуникации».

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: производственно-технологический (основной); организационно-управленческий; проектно-аналитический; научно-исследовательский.

Профиль (направленность) программы установлена путём её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг.

## 5. Объем дисциплины

| ***Виды учебной работы*** | ***Формы обучения*** |
|---|---|
| | ***Очно-заочная*** |
| **Общая трудоемкость**: зачетные единицы/часы | 2/72 |
| **Контактная работа:** | |
| Занятия лекционного типа | 8 |
| Занятия семинарского типа | 8 |

| | |
|---|---|
| Промежуточная аттестация: ***зачет*** | 0,1 |
| **Самостоятельная работа** (СРС) | 55,9 |

**6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

***6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы***

*6.1.1. Очно-заочная форма обучения*

| № п/п | Раздел/тема | Виды учебной работы (в часах) | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Контактная работа | | | | | | Самостоятельная работа |
| | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | | | |
| | | *Лекции* | *Иные учебные занятия* | *Практические занятия* | *Семинары* | *Лабораторные работы* | *Иные* | |
| 1. | Теоретические основы медиапсихологии | 2 | | 2 | | | | 13 |
| 2. | Психология восприятия медиаконтента и рекламы | 2 | | 2 | | | | 13 |
| 3. | Основы нейромаркетинга и нейромаркетинговые исследования | 2 | | 2 | | | | 14 |
| 4. | Применение медиапсихологии и нейромаркетинга. Личная эффективность | 2 | | 2 | | | | 15,9 |
| | **Промежуточная аттестация** | **0,1** | | | | | | |
| | **Всего** | **8** | | **8** | | | | **55,9** |
| | **Итого** | **72** | | | | | | |

***6.2 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам***

*6.2.1 Содержание лекционного курса*

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела дисциплины |
|---|---|---|
| 1. | Теоретические основы медиапсихологии | Понятие медиапсихологии как науки. История развития медиапсихологии. Предмет и объект медиапсихологии. Основные понятия: медиа, медиавоздействие, медиавосприятие, медиаэффекты. Психологические теории |

| | | |
|---|---|---|
| | | медиавоздействия (теория использования и удовлетворения, теория культивации, теория установления повестки дня). Психология журналистики и PR. Медиапсихология в системе интегрированных коммуникаций. |
| 2. | Психология восприятия медиаконтента и рекламы | Психологические механизмы восприятия информации. Внимание, память, эмоции в восприятии медиаконтента. Психология цвета, формы, звука в рекламе. Психология текста и сторителлинга. Влияние медиа на когнитивные и эмоциональные процессы аудитории. Психологические аспекты убеждения и влияния. Манипулятивные техники в медиа и рекламе. Психология потребительского поведения. |
| 3. | Основы нейромаркетинга и нейромаркетинговые исследования | Понятие нейромаркетинга. История возникновения и развития. Связь нейромаркетинга с нейробиологией и психологией. Основные нейромаркетинговые методы исследования: айтрекинг, EEG (электроэнцефалография), fMRI (функциональная магнитно-резонансная томография), биометрия (пульс, кожно-гальваническая реакция), имплицитные тесты. Применение нейромаркетинга в рекламе и PR. Этические аспекты нейромаркетинговых исследований. |
| 4. | Применение медиапсихологии и нейромаркетинга. Личная эффективность | Практическое применение медиапсихологии и нейромаркетинга в разработке рекламных и PR-кампаний. Нейромаркетинг в дизайне, упаковке, мерчандайзинге, digital-среде. Технологии самосовершенствования и саморазвития: тайм-менеджмент, целеполагание, управление стрессом. Приёмы достижения личной эффективности. Критическая оценка эффективности использования времени и ресурсов. Баланс работы и жизни. Профессиональное выгорание и его профилактика. |

*6.2.2 Содержание практических занятий*

| **№ п/п** | **Наименование раздела дисциплины** | **Содержание практических занятий** |
|---|---|---|
| 1. | Теоретические основы медиапсихологии | **Занятие 1.1. Анализ психологических теорий медиавоздействия.** Практикум: разбор теорий медиавоздействия на примерах российских и зарубежных кейсов. Работа в мини-группах. |
| 2. | Психология восприятия медиаконтента и рекламы | **Занятие 2.1. Психологический анализ рекламного контента.** Практикум: анализ рекламных роликов, постеров, постов в социальных медиа с точки зрения психологии восприятия. Выявление манипулятивных техник. Групповая дискуссия. |
| 3. | Основы нейромаркетинга и нейромаркетинговые исследования | **Занятие 3.1. Нейромаркетинговые методы исследования.** Практикум: имитация нейромаркетингового исследования (айтрекинг, |

| | | |
|---|---|---|
| | | биометрия). Анализ полученных данных. Обсуждение этических аспектов. |
| 4. | Применение медиапсихологии и нейромаркетинга. Личная эффективность | **Занятие 4.1. Применение нейромаркетинга и технологии личной эффективности.** Практикум: разработка рекомендаций по применению нейромаркетинга для учебного проекта. Техники тайм-менеджмента и целеполагания. Мини-конференция: защита проектов. |

*6.2.3 Содержание самостоятельной работы*

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание самостоятельной работы |
|---|---|---|
| 1. | Теоретические основы медиапсихологии | Изучение основной и дополнительной литературы. Подготовка реферата по одной из теорий медиавоздействия. Анализ кейсов. |
| 2. | Психология восприятия медиаконтента и рекламы | Психологический анализ рекламного контента. Поиск примеров манипулятивных техник. Подготовка к практическим занятиям. |
| 3. | Основы нейромаркетинга и нейромаркетинговые исследования | Изучение нейромаркетинговых методов. Анализ кейсов применения нейромаркетинга. Подготовка к практикуму. |
| 4. | Применение медиапсихологии и нейромаркетинга. Личная эффективность | Разработка рекомендаций по применению нейромаркетинга. Освоение техник тайм-менеджмента и целеполагания. Подготовка к защите проектов. Подготовка к зачёту. |

**7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий**

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

| № п/п | Контролируемые разделы (темы) | Наименование оценочного средства |
|---|---|---|
| 1. | Теоретические основы медиапсихологии | Устный опрос, проблемно-аналитические задания, дискуссия, реферат |
| 2. | Психология восприятия медиаконтента и рекламы | Устный опрос, проблемно-аналитические задания, дискуссия, психологический анализ рекламного контента |
| 3. | Основы нейромаркетинга и нейромаркетинговые исследования | Устный опрос, проблемно-аналитические задания, практикум по нейромаркетинговым методам |
| 4. | Применение медиапсихологии и нейромаркетинга. Личная эффективность | Проблемно-аналитические задания, презентация, устный опрос, мини-конференция, защита проектов |

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

**8.1. Основная литература:**

1. Кошанова, М. Т. Медиапсихология : учебное пособие / М. Т. Кошанова, Г. К. Кайникенова. — Алматы, Москва : EDP Hub (Идипи Хаб), Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 116 с. — ISBN 978-5-4497-4402-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/151042/details

2. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 7-е изд. — Москва : Дашков и К, 2024. — 442 с. — ISBN 978-5-394-05588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/144188/details
3. Казыбаева, А. М. Нейромаркетинг : учебное пособие / А. М. Казыбаева. — Алматы : Almaty Management University, 2022. — 136 с. — ISBN 978-601-06-6547-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/129399/details
4. Березка, С. М. Рынок нейромаркетинговых исследований. Компании, технологии, практика применения и перспективы развития / С. М. Березка, А. Ю. Ковалёнок, А. Ю. Шамалова [и др.] ; под редакцией С. М. Березки, А. Ю. Ковалёнок. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2025. — 108 с. — ISBN 978-5-7598-2867-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/161671/details

**8.2. Дополнительная литература:**

1. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : практическое пособие / М. А. Измайлова. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-394-05158-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/144070/details
2. Галаганова, С. Г. Медиапсихология и манипуляция сознанием : учебно-методическое пособие / С. Г. Галаганова. — Москва : Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, 2019. — 112 с. — ISBN 978-5-7038-5165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/110655/details
3. Маркина, О. С. Психология массовой коммуникации и рекламы : учебник / О. С. Маркина, С. В. Молчанов, Н. Н. Поскребышева [и др.]. — Москва : Прометей. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/153442/details

**8.3. Периодические издания:**

1. Журнал «Медиапсихология».
2. Журнал «Психология и психотехника».
3. Журнал «Реклама. Теория и практика».
4. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».
5. Журнал «Медиаскоп» (электронный научный журнал).
6. Журнал «Коммуникации. Медиа. Дизайн».
7. Журнал «Journal of Media Psychology» (доступ через eLIBRARY.RU).
8. Журнал «Journal of Consumer Psychology» (доступ через eLIBRARY.RU).

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Федеральный портал «Российское образование» http://www.edu.ru
2. Электронно-библиотечная система «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru
3. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS https://www.iprbookshop.ru
4. Электронная библиотечная система https://biblioclub.ru
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) — https://rosstat.gov.ru
6. Официальный сайт АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России) — https://www.akarussia.ru
7. Официальный сайт РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью) — https://www.raso.ru

8. Портал «Медиаскоп» — http://www.mediascope.ru
9. База данных исследовательских кейсов «ResearchGate» — https://www.researchgate.net
10. Электронный ресурс «Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide» (открытый доступ) — https://www.fhi360.org

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. Работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. Внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. Выполнение самостоятельных практических работ;
4. Подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень**

**программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Microsoft Windows Server;

2.Семейство ОС Microsoft Windows;

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

***12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.***

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

***12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.***

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

**13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций –

проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

***13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:***

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

***13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения***

Из перечня видов: («*мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- *диспут;*
- *анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач;*
- *ролевая игра;*
- *круглый стол;*
- *мини-конференция;*
- *дискуссия;*
- *беседа.*

***13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)***

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов с инвалидностью и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Приложение

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## Медиапсихология и нейромаркетинг

| | |
|---|---|
| *Направление подготовки* | Реклама и связи с общественностью |
| *Код* | 42.04.01 |
| *Направленность (профиль)* | Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг |
| *Квалификация (степень) выпускника* | магистр |

Москва
2025

1. **Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

| Группа компетенций | Категория компетенций | Код |
|---|---|---|
| Универсальные | Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК - 6 |

2. **Компетенции и индикаторы их достижения**

| Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|---|---|---|
| **УК-6** | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования на основе самооценки | **УК-6.1** Оценивает личностные ресурсы по достижению целей управления своим временем для успешного выполнения порученной работы и саморазвития. **УК-6.2** Критически оценивает эффективность использования времени при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата. **УК-6.3** Проявляет интерес к саморазвитию и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков, на основе представлений о непрерывности образования в течение всей жизни. **УК-6.4** Использует различные технологии самосовершенствования и саморазвития, приемы достижения личной эффективности. **УК-6.5** Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных целей и задач. |

3. **Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

***3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине***

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

| Дескрипторы по дисциплине | Знать | Уметь | Владеть |
|---|---|---|---|
| **Код компетенции** | **УК - 6** | | |
| | – теоретические основы медиапсихологии и нейромаркетинга;<br>– психологические механизмы восприятия медиаконтента и рекламы; | – применять знания медиапсихологии и нейромаркетинга для анализа медиаконтента и рекламы;<br>– использовать нейромаркетинговые методы для исследования | – навыками анализа психологического воздействия медиаконтента;<br>– методами нейромаркетинговых исследований; |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | – нейромаркетинговые методы исследования потребительского поведения (айтрекинг, EEG, fMRI, биометрия);<br>– принципы влияния медиа на когнитивные и эмоциональные процессы аудитории;<br>– технологии самосовершенствования и саморазвития, приёмы достижения личной эффективности;<br>– методы критической оценки эффективности использования времени и ресурсов. | потребительского поведения;<br>– оценивать личностные ресурсы и эффективность использования времени;<br>– применять технологии самосовершенствования и саморазвития для повышения личной эффективности;<br>– критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении профессиональных задач. | – технологиями самосовершенствования и саморазвития;<br>– приёмами достижения личной эффективности;<br>– навыками критической оценки эффективности использования времени и ресурсов. |

### *3.2. Критерии оценки знаний студентов*

| Шкала оценивания | Индикаторы достижения | Показатели оценивания результатов обучения |
|---|---|---|
| **ОТЛИЧНО/Зачтено** | Знает: | - студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,<br>- на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями. |
| | Умеет: | - студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу. |
| | Владеет: | - студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении продемонстрировал навыки<br>- выделения главного,<br>- связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- изложения мыслей в логической последовательности, |

| | | |
|---|---|---|
| | | - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| **ХОРОШО/Зачтено** | Знает: | - студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,<br>- затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует. |
| | Умеет: | - студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу. |
| | Владеет: | - студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков<br>- выделения главного,<br>- изложения мыслей в логической последовательности.<br>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| **УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Зачтено** | Знает: | - студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении;<br>- показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы;<br>- слабо аргументирует научные положения;<br>- практически не способен сформулировать выводы и обобщения;<br>- частично владеет системой понятий. |
| | Умеет: | - студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы. |
| | Владеет: | - студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;<br>При решении продемонстрировал недостаточность навыков<br>- выделения главного,<br>- изложения мыслей в логической последовательности.<br>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |

| | | |
|---|---|---|
| **НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Не зачтено** | Знает: | - студент не усвоил значительной части материала;<br>- не может аргументировать научные положения;<br>- не формулирует квалифицированных выводов и обобщений;<br>- не владеет системой понятий. |
| | Умеет: | студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание. |
| | Владеет: | не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”. |

*При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.*

**4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине**

**ТЕСТИРОВАНИЕ**

**3 СЕМЕСТР**
**УК – 6**

**1. Что является основой тайм-менеджмента в профессиональной деятельности медиапсихолога и нейромаркетолога?**
а) способность работать максимально быстро.
б) планирование и организация времени для достижения целей с минимальными временными затратами.
в) сокращение времени на сон и отдых.
г) выполнение всех задач одновременно.
**Ответ:** б

**2. Какой инструмент тайм-менеджмента предполагает распределение задач по степени срочности и важности?**
а) метод «Помидора».
б) Матрица Эйзенхауэра.
в) Хронометраж времени.
г) Диаграмма Ганта.
**Ответ:** б

**3. Что понимается под «траекторией саморазвития» в медиапсихологии и нейромаркетинге?**
а) случайный набор курсов и тренингов.
б) осознанный, структурированный план личностного и профессионального развития на длительный период.
в) посещение всех мероприятий подряд.
г) следование моде на образовательные программы.
**Ответ:** б

**4. Принцип непрерывного образования (Lifelong Learning) предполагает:**
а) обучение только в период получения диплома.

б) постоянное обучение и развитие на протяжении всей жизни.
в) обучение только по требованию работодателя.
г) обучение только после выхода на пенсию.
**Ответ:** б

**5. Какой из перечисленных подходов относится к целеполаганию в саморазвитии?**
а) неопределённые и размытые формулировки целей.
б) постановка SMART-целей (конкретные, измеримые, достижимые, значимые, ограниченные во времени).
в) постановка целей без учёта ресурсов.
г) постановка целей только на один день.
**Ответ:** б

**6. Что такое прокрастинация и как она влияет на эффективность саморазвития?**
а) состояние высокой продуктивности.
б) склонность к откладыванию важных дел на потом, что снижает эффективность и создаёт стресс.
в) метод ускоренной работы.
г) стратегия тайм-менеджмента.
**Ответ:** б

**7. Какие навыки входят в понятие «самоменеджмент»?**
а) только способность руководить другими.
б) умение планировать, организовывать, контролировать и мотивировать себя.
в) умение делегировать задачи другим.
г) умение манипулировать людьми.
**Ответ:** б

**8. Как часто рекомендуется пересматривать свою образовательную траекторию?**
а) один раз в жизни.
б) регулярно, с учётом изменения целей и внешних условий (раз в год или чаще).
в) только в случае провала.
г) никогда не пересматривать.
**Ответ:** б

**9. Что такое «зона ближайшего развития» в контексте самообразования?**
а) задачи, которые человек может решить самостоятельно.
б) задачи, которые человек может решить с помощью наставника или более опытного специалиста.
в) задачи, которые человек не может решить никогда.
г) задачи, не требующие обучения.
**Ответ:** б

**10. Какие документы могут фиксировать траекторию профессионального развития?**
а) только трудовая книжка.
б) индивидуальный план развития (ИПР), портфолио достижений, карьерная карта.
в) только диплом о высшем образовании.
г) только резюме.
**Ответ:** б

**11. Какой из перечисленных факторов является наиболее важным для успешного саморазвития?**
а) наличие свободного времени.

б) внутренняя мотивация и дисциплина.
в) материальное стимулирование.
г) наличие диплома.
**Ответ:** б

**12. Что понимается под эффективным планированием рабочего дня?**
а) планирование только по часам без учёта приоритетов.
б) определение приоритетных задач, выделение времени на важные дела, учёт биоритмов.
в) работа без перерывов с утра до вечера.
г) планирование только развлекательных мероприятий.
**Ответ:** б

**13. Какой навык является ключевым для непрерывного саморазвития?**
а) способность заучивать большие объёмы текста.
б) способность к саморефлексии и адаптации к изменяющимся условиям.
в) способность работать без отдыха.
г) способность избегать трудностей.
**Ответ:** б

**14. Какие российские образовательные платформы доступны для самообразования в области медиапсихологии и нейромаркетинга?**
а) только зарубежные платформы.
б) «Открытое образование», Stepik, «Лекториум», университетские курсы, вебинары на российских площадках.
в) только бумажные учебники.
г) только телевидение.
**Ответ:** б

**15. Как ИИ (GigaChat, YandexGPT) используется для самообразования?**
а) не используется.
б) для поиска и структурирования информации, подготовки конспектов, генерации идей, перевода и анализа текстов.
в) только для создания изображений.
г) только для перевода.
**Ответ:** б

**16. Что такое «рефлексия» и какова её роль в саморазвитии?**
а) процесс запоминания информации.
б) осмысление собственных действий и результатов, позволяющее выявлять пробелы и корректировать стратегию обучения.
в) процесс отдыха.
г) процесс общения.
**Ответ:** б

**17. Какие методы используются для повышения эффективности самообразования?**
а) только чтение книг.
б) постановка SMART-целей, ведение конспектов, использование интеллект-карт, регулярная практика, обратная связь, рефлексия.
в) только просмотр видео.
г) только прослушивание лекций.
**Ответ:** б

**18. Как учитываются индивидуальные биоритмы при планировании рабочего времени?**
а) не учитываются.
б) планирование наиболее сложных задач на периоды максимальной работоспособности (утро или вечер в зависимости от типа).
в) учитываются только для «жаворонков».
г) учитываются только для «сов».
**Ответ:** б

**19. Что такое «портфолио достижений» и как оно используется в саморазвитии?**
а) список книг.
б) собрание документов, подтверждающих достижения и компетенции (сертификаты, проекты, награды), используемое для оценки прогресса и презентации себя.
в) только резюме.
г) только диплом.
**Ответ:** б

**20. Как саморазвитие в области медиапсихологии и нейромаркетинга влияет на профессиональную эффективность?**
а) не влияет.
б) позволяет понимать механизмы восприятия и поведения аудитории, создавать более эффективные коммуникации и повышать результаты работы.
в) влияет только на теоретические знания.
г) влияет только на карьерный рост.
**Ответ:** б

**21. Раскройте содержание понятия «траектория саморазвития» в медиапсихологии и нейромаркетинге.**
**Ответ:** траектория саморазвития – это осознанный, структурированный план личностного и профессионального развития, включающий постановку целей, выбор методов и ресурсов обучения, регулярную рефлексию и корректировку в соответствии с изменяющимися условиями и потребностями.

**22. Какие этапы включает процесс планирования саморазвития?**
**Ответ:** 1) анализ текущего уровня компетенций и выявление зон развития, 2) постановка SMART-целей, 3) выбор методов и ресурсов обучения, 4) составление графика, 5) выполнение плана, 6) регулярный контроль и рефлексия, 7) корректировка.

**23. В чем заключается сущность самоменеджмента и его значение для профессионального роста?**
**Ответ:** самоменеджмент – это система методов и приёмов самоорганизации, позволяющая эффективно использовать личные ресурсы (время, энергию, знания) для достижения поставленных целей и непрерывного профессионального развития.

**24. Какие методы борьбы с прокрастинацией наиболее эффективны?**
**Ответ:** дробление больших задач на маленькие, метод «Помидора», ведение списка дел, устранение отвлекающих факторов, установление дедлайнов, техника «сначала самое сложное», самовознаграждение за выполненные задачи.

**25. Как использовать SMART-подход для постановки целей саморазвития?**
**Ответ:** цель должна быть Specific (конкретной), Measurable (измеримой), Achievable (достижимой), Relevant (значимой) и Time-bound (ограниченной по времени). Это позволяет сделать цели чёткими и реалистичными.

**26. Какие российские образовательные ресурсы доступны для самообразования в области медиапсихологии и нейромаркетинга?**
**Ответ:** «Открытое образование», Stepik, «Лекториум», курсы ведущих российских университетов, вебинары на российских площадках, Научная электронная библиотека eLibrary.ru, ЭБС вузов, GigaChat и YandexGPT для поиска и структурирования информации.

**27. Как составить индивидуальный план саморазвития (ИПР)?**
**Ответ:** план составляется по этапам: анализ текущего состояния и выявление зон развития, определение целей (SMART), выбор методов и ресурсов обучения, составление графика, выполнение плана, регулярный контроль и корректировка (рефлексия).

**28. Как учитываются индивидуальные особенности при выборе стратегии самообразования?**
**Ответ:** через диагностику типа личности, биоритмов, предпочтительных способов восприятия информации (визуал, аудиал, кинестетик), уровня мотивации и доступных ресурсов, что позволяет подобрать наиболее эффективные методы обучения.

**29. Какова роль рефлексии в процессе саморазвития?**
**Ответ:** рефлексия – это осмысление собственных действий, оценка результатов и процесса обучения. Она позволяет выявлять пробелы в знаниях, корректировать стратегию обучения, закреплять успешные подходы и повышать эффективность самообразования.

**30. Как саморазвитие влияет на конкурентоспособность специалиста в области медиапсихологии и нейромаркетинга?**
**Ответ:** непрерывное саморазвитие позволяет осваивать новые методы и технологии, понимать современные тренды, повышать качество работы и адаптироваться к изменениям рынка, что делает специалиста более конкурентоспособным.

**31. Задание на соответствие. Соотнесите принцип тайм-менеджмента с его описанием:**

| **Принцип тайм-менеджмента** | **Описание** |
|---|---|
| 1. Приоритезация | а) Разделение работы на временные интервалы с перерывами |
| 2. Планирование | б) Определение самых важных и срочных задач для первоочередного выполнения |
| 3. Регламентация | в) Составление расписания и распределение задач по времени |

**Ответ:** 1 — б; 2 — в; 3 — а

**32. Задание на соответствие. Соотнесите этап жизненного цикла профессионального развития с его содержанием:**

| Этап развития | Содержание |
|---|---|
| 1. Адаптация | а) Переход на новый уровень ответственности, смена специализации |
| 2. Профессиональный рост | б) Вхождение в профессию, приобретение первичных навыков |
| 3. Трансформация | в) Углубление знаний, повышение квалификации, накопление опыта |

**Ответ:** 1 — б; 2 — в; 3 — а

**33. Задание на соответствие. Соотнесите российский сервис с его функцией в самообразовании:**

| Сервис | Функция |
|---|---|
| 1. GigaChat | а) Поиск и структурирование информации, генерация идей |
| 2. Stepik | б) Платформа для онлайн-курсов |
| 3. eLibrary.ru | в) Научная электронная библиотека |

**Ответ:** 1 — а; 2 — б; 3 — в

**34. Задание на соответствие. Соотнесите метод самообразования с его характеристикой:**

| Метод | Характеристика |
|---|---|
| 1. Конспектирование | а) Визуализация связей между понятиями |
| 2. Интеллект-карта | б) Краткое письменное изложение информации |
| 3. Рефлексия | в) Осмысление собственных действий и результатов |

**Ответ:** 1 — б; 2 — а; 3 — в

**35. Задание на соответствие. Соотнесите тип мотивации с его характеристикой:**

| Тип мотивации | Характеристика |
|---|---|
| 1. Внутренняя мотивация | а) Стремление получить внешнее вознаграждение |
| 2. Внешняя мотивация | б) Интерес к самому процессу и результату деятельности |

| **Тип мотивации** | **Характеристика** |
|---|---|
| 3. Демотивация | в) Отсутствие побуждений к деятельности |

**Ответ:** 1 — б; 2 — а; 3 — в