

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 04.06.2026 14:13:58

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Юров

С.С.

«26» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Направление подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль):

«Управление брендом в рекламе и связях с общественностью»

Уровень высшего образования: магистратура

Формы обучения:

очная

Москва – 2026

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование базовых общепрофессиональных компетенций и представлений в сфере применения нейромаркетинговых технологий; дать студентам фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки использования инструментов нейромаркетинговых технологий; подготовить магистра, способного на основе полученных знаний о видах, основных задачах и инструментах нейромаркетинговых технологий, принимать решения по разработке программы исследований и анализа, а также организации работы в данной сфере.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления и навыки в сфере нейромаркетинговых технологий, анализа и интерпретация первичной и вторичной информации, анализа и презентации результатов нейромаркетинговых исследований;
- сформировать знания и навыки подготовки и проведения анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых групп;
- научить ставить проблемы, определять цели, задачи, предмет и методы в рамках нейромаркетинговых технологий;
- выработать знания о процессе взаимодействия коммуникационных менеджеров со специализированными агентствами, нейромаркетологами, планирования, организации маркетинговых проектов и применения на практике полученных результатов.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

ПК-2.1; ПК-3.1

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК 2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сфер	ПК 2.1. отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике	Знать: - теоретические основы нейромаркетинговых технологий; - виды нейромаркетинговых технологий; - методы сбора информации при проведении исследований коммуникационной деятельности; - методы обработки и анализа информации о поведении потребителей; Уметь: - осуществлять выбор инструментария нейромаркетинговых технологий; - составлять программу использования нейромаркетинговых технологий; - определять сроки и ресурсы для внедрения нейромаркетинговых
ПК 3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и	ПК 3.1. создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	

имеющегося мирового и отечественного опыта		технологий; Владеть: - навыками сбора, обработки и анализа информации о поведении потребителя; - навыками организации маркетинговых исследований в рамках нейромаркетинговых технологий.
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к блоку элективных дисциплин части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в процессе изучения дисциплин и прохождения практик: Исследования в брендинге, Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения дисциплин и прохождения практик: Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	12
3	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

ТЕМА 1. Виды нейромаркетинговых технологий.

Основные термины и определения: нейромаркетинговые технологии, поведение потребителя, исследование рынка. Основные виды нейромаркетинговых технологий. Исследовательская поддержка нейромаркетинговых технологий, цели и задачи их проведения.

Основные задачи нейромаркетинговых технологий. Применение нейромаркетинговых технологий в компании. Характеристика мирового и российского рынка нейротехнологий. Достоинства и недостатки различных видов нейротехнологий.

ТЕМА 2. Способы измерения поведения потребителей.

Нейромаркетинг как проект. Планирование внедрения нейромаркетинговых технологий. Факторы выбора методологии.

Проектная стратегия нейромаркетинга. Специфика исследований, проводимых в поддержку нейромаркетинга.

Процесс исследования поведения потребителей. Его основные этапы. Последовательность этапов процесса нейромаркетинговых исследований.

ТЕМА 3. Исследовательская поддержка нейромаркетинговых технологий.

Основные задачи нейромаркетинговых исследований коммуникационной деятельности. Стандартные подходы к решению типичных задач.

Применение качественных и количественных исследований в нейромаркетинговых технологий Выборочный метод. Понятие репрезентативности выборки. Погрешность результатов опросов. Приближенная оценка случайной погрешности результатов, полученных на выборке, в зависимости от размера выборки.

Понятие разведочного исследования.

Генерация идей. Сбор информации, помогающей понять проблему.

Каузальное исследование. Определение причинно-следственных связей.

ТЕМА 4. Оценка эффективности нейромаркетинговых технологий.

Понятие эффективности нейромаркетинговых технологий. Виды эффективности. Коммуникативная эффективность нейромаркетинга. Виды опросов и разработка инструментария исследования. Бренд-трекинг и оценка эффективности нейромаркетинговых технологий.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Виды нейромаркетинговых технологий	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	<i>Лекция - беседа Дискуссия Опрос на семинаре Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
2	Способы измерения поведения потребителей	Семинар 2 Самостоятельная работа	<i>Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат)</i>

3.	Исследовательская поддержка нейромаркетинговых технологий	Семинар 3 Самостоятельная работа	<i>Дискуссия</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
4.	Оценка эффективности нейромаркетинговых технологий	Семинар 4 Самостоятельная работа	<i>Собеседование</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - презентация тем, реферат - участие в дискуссии на семинаре - посещение семинаров	30 баллов 5 баллов 10 баллов	30 баллов 10 баллов 20 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)		40 баллов
Итого за 2-й семестр зачет		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетво- рительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

По итогам изучения каждой темы проводятся устные и письменные **блиц-опросы** в рамках контрольных вопросов по дисциплине.

5.3.1. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Каковы основные задачи нейромаркетинговых технологий?
2. Какие методы исследований используются на каждой фазе нейромаркетинговой кампании?
3. Что такое нейросегментация?
4. Что такое целевая аудитория?
5. Каковы основные этапы нейромаркетингового исследования?
6. Как организовывается нейромаркетинговое исследование?
7. Как изучаются отношения потребителя с брендом и с категорией?
8. Какие исследования поведения потребителей дают статистически достоверные результаты?
9. Что такое проективные методики?
10. Что такое априорная и апостериорная сегментация потребителей?
11. Что такое нейрокластерный анализ и каково его применение в анализе опросных данных?
12. Что такое психография?
13. Каков основной подход к сегментации потребителей на основе опросных данных?
14. Как строятся карты восприятия на фокус-группах?
15. Как строятся карты восприятия с помощью анализа когнитивный метрик?
16. Какие виды показателей используются в нейромаркетинговых исследованиях?
17. Каковы преимущества накопления нормативной базы параметров восприятия коммуникационных материалов?
18. Как построены стандартизованные методики оценки эффективности маркетинга?
19. Что такое эффективность нейромаркетинга?
20. Какие виды эффективности нейромаркетинга обычно рассматривают?
21. В чем цель и особенности проведения бренд-трекинга?
22. Каковы основные подходы к формированию бюджета по нейромаркетингу?

5.3.2. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ:

1. Методы сегментационных исследований
2. Этапы процесса нейромаркетинговых исследований

3. Методы глубинного интервью
4. Экспертные опросы
5. Фокус-группы
6. Сравнение эффективности нейромаркетинговых исследований восприятия коммуникационных материалов
7. Нормативные значения параметров восприятия коммуникационных материалов потребителями
8. Набор ключевых параметров нейромаркетингового тестирования

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

Казнина, О. В. Нейромаркетинг : учебное пособие / О. В. Казнина ; Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, Кафедра менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности им. И.Н. Герчиковой. – Москва : МГИМО-Университет, 2021. – 159 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=73075>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9228-2366-1. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Годин, А. М. Маркетинг : учебник / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 656 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02540-2. – Текст : электронный.

6.2 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Современные профессиональные базы данных:

1. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
2. Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru/>.

Информационные справочные системы: Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. – URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.

<https://slovaronline.com> - справочная поисковая система по всем доступным словарям, энциклопедиям и переводчикам в режиме Онлайн.

6.3. Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

<http://biblioclub.ru> - электронно-библиотечная система;

<https://znanium.ru/> - электронно-библиотечная система.

6.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Операционная система Microsoft Windows 10;

Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;

7-zip - архиватор;

Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/oprogramye/>;

Интернет-браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно).

Антивирусная программа Dr.Web.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оборудование учебной аудитории:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран), наглядные пособия в цифровом виде, слайд-презентации, видеофильмы, макеты и т.д., которые применяются по необходимости в соответствии с темами (разделами) дисциплины;

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и выходом в локальную сеть с доступом в «Личный кабинет» обучающегося.

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная

библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических занятия

Цель семинарских занятий – выработать у студентов навыки планирования маркетинговой деятельности, умения анализировать информацию и вырабатывать стратегические решения.

Темы семинарских занятий отражают последовательность изучения дисциплины в соответствие с рабочей программой и выбраны исходя из их значимости для изучения дисциплины. На семинарах отрабатываются наиболее важные теоретические аспекты дисциплины, а также задачи и ситуации, направленные на изучение тем дисциплины.

При подготовке к занятию обучающийся должен ознакомиться с планом семинара, повторить теоретический материал по данной теме на основании конспектов лекций, рекомендуемой литературы и электронных образовательных ресурсов. В ходе семинаров на базе самостоятельной подготовки обучающийся выполняет теоретические и практические задания, в ходе обсуждения которых оцениваются знания, умения и навыки в области профессиональной подготовки, а также соответствующие профессиональные компетенции.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Виды нейромаркетинговых технологий

Вопросы для обсуждения:

1. Сбор информации о рынке и исследования – методы и виды.
2. Объекты комплексного нейромаркетинга.
3. Исследование поведения потребителей.

Тема 2. Способы измерения поведения потребителей

Вопросы для обсуждения:

1. Основные этапы процесса нейромаркетинговых исследований.
2. Характеристика исследовательского проекта применительно к нейромаркетингу.
3. Исследования собственными силами и исследования путем аутсорсинга. Плюсы и минусы каждого варианта
4. Характеристика нейромаркетингового рынка России

Тема 3. Исследовательская поддержка нейромаркетинговых технологийВопросы для изучения и обсуждения:

1. Задачи нейромаркетинговых исследований.
2. Принципы и методы сбора информации и исследований поведения потребителей
3. Фазы разработки плана по нейромаркетингу и специфика исследовательских технологий, применяемой на разных фазах.

Тема 4. Оценка эффективности нейромаркетинговых технологийВопросы для обсуждения:

1. Понятие об эффективности нейромаркетинговых технологий. Виды эффективности.
2. Оценка эффективности нейромаркетинга в рамках трекинговых исследований.

Контрольные вопросы по теме:

1. Какие виды эффективности нейромаркетинга вы знаете?
2. Какие цели может преследовать нейромаркетинг?
3. Что такое трекинговое исследование?

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является самостоятельной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада обучающийся должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-

исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с дисциплиной.

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Темы письменных работ формулируются на основе Примерной тематики, представленной в разделе 5.3. настоящей Рабочей программы.

Предлагаемая обучающимся тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблемам, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с преподавателем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам обучающегося.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому

структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.