|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 3.1.3. Трудовая функция: Разработка дизайна нейромаркетингового исследования | | | |
| Наименование | Разработка дизайна нейромаркетингового исследования | |
|  | |  | |
| Трудовые действия | | Разработка программы исследования: определение цели и основных задач, объекта, предмета, гипотез исследования, выбор метода или совокупности методов в соответствии с тех. заданием заказчика. | |
| Определение минимального числа респондентов необходимых для проведения исследования | |
| Планирование распределения функционала персонала, участвующего в исследовании, а также организации административного контроля за ходом исследования | |
| Необходимые умения | | Формулировать исследовательские задачи для решения управленческой проблемы (проблемы заказчика) | |
| Формулировать цели, ставить конкретные задачи нейромаркетинговых исследований | |
| Проводить переговоры, взаимодействовать с заказчиком нейро маркетингового исследования | |
| Оценивать возможности (компетенции, стрессоустойчивость, занятость) участников проекта по выполнению различных видов работ; | |
| Взаимодействовать с заказчиком, другими структурными подразделениями, участвующими в процессе работы, координировать их работу | |
| Делегировать производственные задачи сотрудникам производственного отдела | |
|  | |
|  | |
| Необходимые знания | | Теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания | |
| Основные методы психофизиологических, социологических и маркетинговых исследований | |
| Основы психологии и педагогики, основы управления персоналом; | |
| Основы делового этикета и профессионального взаимодействия | |
| Основы психофизиологии, базовые знания по нейрофизиологии | |
| Методы отбора респондентов для проведения опроса; | |
| Основы управления персоналом, тайм-менеджмент | |
| Основы управления проектами | |
| Другие характеристики | | - | |