|  |
| --- |
| 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 | - |