Оглавление

[I. Описание компетенций нейромаркетолога 2](#_Toc477881935)

[1.1. Общекультурные компетенции 2](#_Toc477881936)

[1.2. Профессиональные компетенции 3](#_Toc477881937)

[II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности) 5](#_Toc477881938)

[III.Характеристика обобщенных трудовых функций 6](#_Toc477881939)

[3.1. Обобщенная трудовая функция: Организация нейромаркетингового исследования 6](#_Toc477881940)

[3.1.1. Трудовая функция: Ведение переговоров с заказчиками нейромаркетингового исследования 7](#_Toc477881941)

[3.1.2. Трудовая функция: Организация работы с проектной документацией 8](#_Toc477881942)

[3.1.3. Трудовая функция: Разработка дизайна нейромаркетингового исследования 9](#_Toc477881943)

[3.1.4. Трудовая функция: Подготовка оборудования для проведения нейромаркетингового исследования 10](#_Toc477881944)

[3.1.5. Трудовая функция: Подготовка стимульного материала для проведения нейромаркетингового тестирования 11](#_Toc477881945)

[4.1. Обобщенная трудовая функция: Проведение нейромаркетингового исследования 12](#_Toc477881946)

[4.1.1. Трудовая функция: Установка нейрооборудования 13](#_Toc477881947)

[4.1.2. Трудовая функция: Контроль правильности установки нейрооборудования и качества сигнала 14](#_Toc477881948)

[4.1.3. Трудовая функция: Коммуникация с респондентами 15](#_Toc477881949)

[4.1.4. Трудовая функция: Проведение фокус-групп, интервьюирования и анкетирования 16](#_Toc477881950)

[5.1. Обобщенная трудовая функция: Анализ данных нейромаркетингового исследования 17](#_Toc477881951)

[5.1.1. Трудовая функция: Архивация и хранения персональных, конфиденциальных данных в соответствии с законодательством Российской Федерации 18](#_Toc477881952)

[5.1.2. Трудовая функция: Первичная обработка данных 19](#_Toc477881953)

[5.1.3. Трудовая функция: Подготовка данных для анализа 20](#_Toc477881954)

[5.1.4 Трудовая функция: Анализ психофизиологических данных, социологических и психологических методик 21](#_Toc477881955)

[6.1. Обобщенная трудовая функция: Подготовка и презентация отчета 22](#_Toc477881956)

[6.1.1 Трудовая функция: Написание отчета об исследовании 23](#_Toc477881957)

[6.1.3 Трудовая функция: Представление результатов исследования различным аудиториям 25](#_Toc477881958)

# I. Описание компетенций нейромаркетолога

### 1.1. Общекультурные компетенции

|  |  |
| --- | --- |
| **Компетенция** | **+** |
| Навыки устной речи | Умение грамотно и логически аргументированно выстраивать устную речь |
| Навыки письменной речи | Умение грамотно, логично и аргументированно выстраивать письменную речь |
| Навыки деловой переписки | Умение вести переписку с соблюдением субординации и уважительных формулировок |
| Навыки деловой коммуникации | Способность адекватно воспринимать информацию от собеседника и вести дискуссию в соответствии с тематикой обсуждения, используя ясную и логичную аргументацию |
| Стрессоустойчивость | Сохранение способности принимать взвешенные решения в стрессовых ситуациях |
| Скорость реагирования | Умение быстро и взвешенно принимать решения в условиях ограниченного времени |
| Навыки планирования | Умение эффективно распределять время в условиях многозадачности, соблюдение дедлайнов |
| Исполнительность | Умение четко и корректно выполнять поставленные задачи |
| Ответственность | Умение ответственно относиться к поставленным задачам, способность отвечать за принятые решения |
| Критичность | Умение критически относиться к получаемой информации, умение в конструктивной форме давать обратную связь |
| Самокритичность | Умение критически относиться к себе и продуктам своей деятельности |
| Обучаемость | Способность и желание осваивать новое, восприимчивость к конструктивной критике, стремление исправлять свои ошибки |
| Навыки работы в команде | Способность включаться в командную работу, способность распределять нагрузку в командной работе, способность учитывать сильные и слабые стороны участников коммуникации внутри команды (в т.ч. и свои) |
| Широта кругозора | Обладание знаниями из разных областей |
| Креативность | Умение находить неординарные решения, способность привлекать знания из междисциплинарных областей |
| Аналитичность мышления | Способность к моделированию, к анализу большого объема информации и выделению из нее существенных элементов |
| Навыки работы в условиях стресса и сжатых сроков  | Способность выполнять исходный объем работы в условиях сжатых сроков без критического снижения эффективности  |
| Навыки математической и статистической обработки данных | Понимание базовых принципов математической и статистической обработки данных |
| Знание иностранных языков | Готовность к изучению информации на иностранных языках |
| Владение компьютером и интернетом | Способность выполнять задачи с использованием базовых компьютерных программ, способность разобраться в функционировании профессиональных компьютерных программ |
| Этичность | Соблюдение профессиональной этики при коммуникации с коллегами, клиентами и участниками психофизиологических исследований |

### 1.2. Профессиональные компетенции

|  |  |
| --- | --- |
| Ведение переговоров с заказчиками нейромаркетингового исследования | Способность четко прояснять цели и задачи исследования с точки зрения заказчиков и корректировать их в соответствии с возможностями нейромаркетинговых исследований |
| Разработка плана нейромаркетингового исследования | Умение составлять дизайн нейромаркетингового исследования в соответствии с поставленными целями и задачами  |
| Подготовка инструментария для проведения нейромаркетингового исследования | Способность грамотно и корректно подобрать комплект психофизиологических, социологических и психологических методик, релевантных целям и задачам исследования |
| Подготовка оборудования для проведения нейромаркетингового исследования | Навыки предварительной подготовки, установки и настройки приборов для регистрации психофизиологических показателей участников исследования с помощью нейрооборудования |
| Подготовка стимульного материала для проведения нейромаркетингового тестирования | Умение корректно составить ТЗ по подготовке статичных и динамических аудиовизуальных материалов для тестирования  |
| Коммуникация с респондентами | Умение вежливо и четко объяснять респондентам, принимающим участие в тестировании, процедуру исследования, готовность ответить на вопросы участников исследования и способность получить всю информацию, необходимую для последующей обработки индивидуальных данных респондентов |
| Проведение нейромаркетингового тестирования | Умение провести измерения в лаборатории с использованием нейрооборудования |
| Первичная обработка данных | Умение выгружать записи психофизиологических показателей с целью дальнейшей обработки и анализа/передать данные в IT-отдел с целью вторичной обработки данных по алгоритмам перед аналитикой полученных результатов |
| Анализ данных  | Способность проанализировать данные психофизиологических измерений, а также социологических и психологических методик с целью получения содержательных результатов, решающих поставленные в исследовании цели и задачи |
| Подготовка отчета | Умение подготовить отчет по проведенному исследованию в соответствии с поставленными в исследовании целями и задачами |
| Презентация результатов исследования | Способность подробно и развернуто в устной\письменной форме представить заказчику результаты проведенного нейроисследования |

|  |
| --- |
|  II. Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности) |
| Обобщенные трудовые функции | Трудовые функции |
| код | наименование | Наименование |
| A | Организация нейромаркетингового исследования | Ведение переговоров с заказчиками нейромаркетингового исследования |
| Организация работы с проектной документацией |
| Разработка дизайна нейромаркетингового исследования |
| Подготовка оборудования для проведения нейромаркетингового исследования |
| Подготовка стимульного материала для проведения нейромаркетингового тестирования |
| B | Проведение нейромаркетингового исследования | Подготовка и установка нейрооборудования |
| Контроль правильности корректной установки нейрооборудования и качества снимаемых данных |
| Коммуникация с респондентами |
| Проведение фокус групп, интервьюирования и анкетирования |
| C | Анализ данных нейромаркетингового исследования | Архивация и хранения персональных, конфиденциальных данных в соответствии с законодательством Российской Федерации |
| Первичная обработка данных |
| Подготовка данных для анализа  |
| Анализ психофизиологических данных, социологических и психологических методик |
| D | Подготовка и презентация отчета | Написание отчета о проведенном исследовании |
| [Контроль за выполнением договорных обязательств](http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-trudovyh-funkcij/index.php?ELEMENT_ID=59289&CODE=59289) |
| Представление результатов исследования различным аудиториям |

# III.Характеристика обобщенных трудовых функций

|  |
| --- |
| 3.1. Обобщенная трудовая функция: Организация нейромаркетингового исследования |
| Наименование | Организация нейромаркетингового исследования | Код | А | Уровень квалификации | 4 |
|  |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование/незаконченное высшее образование по специальностям:

|  |  |
| --- | --- |
| [03.00.00](https://teacode.com/online/vak/p03-00-00.html) | Биологические науки |
| [08.00.00](https://teacode.com/online/vak/p08-00-00.html) | Экономические науки |
| [19.00.00](https://teacode.com/online/vak/p19-00-00.html) | Психологические науки |
| [22.00.00](https://teacode.com/online/vak/p22-00-00.html) | Социологические науки |

Нейромаркетинг находится на стыке дисциплин, нужно постоянно повышать квалификацию с фокусировкой на междисциплинарных областях.  |
| Требования к опыту практической работы | Опыт проведения исследовательской работы |
| Особые условия допуска к работе | Законченное высшее образование для допуска к осуществлению трудовых функций 3.1.1-3.1.3. |

|  |
| --- |
| 3.1.1. Трудовая функция: Ведение переговоров с заказчиками нейромаркетингового исследования |
| Наименование | Ведение переговоров с заказчиками нейромаркетингового исследования |
|  |  |
| Трудовые действия | Подробное разъяснение процедурно-методического этапа исследования и информирование о возможных вариантах дизайна исследования |
| Четкое и грамотное донесение возможностей метода нейромаркетинговых исследований до заказчика |
| Корректировка параметров в соответствии с возможностями нейромаркетинговых исследований |
| Необходимые умения | Составлять презентации с учетом специфики нейромаркетингового исследования |
| Проводить презентации с учетом специфики нейромаркетингового исследования |
| Вести деловую переписку и переговоры с представителями заказчика; |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Методы ведения переговоров; |
| Способы представления информации; |
| Технологии проведения презентаций; |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 3.1.2. Трудовая функция: Организация работы с проектной документацией |
| Наименование | Организация работы с проектной документацией |
|  |  |
| Трудовые действия | Контроль согласования (внутренний и внешний) документов по проекту (договор, доп. Соглашение, тех. задание) |
| Контроль согласования финальной версии отчета |
| Контроль подготовки и отправки закрывающих документов по проекту (акт, счет, счет-фактура) |
| Согласование с заказчиком содержательных и организационных вопросов |
| Необходимые умения | Умение вести финансовую, техническую и правовую документацию по нейромаркетинговому исследованию. |
| Интерпретировать профессиональные термины и понятия для широкого понимания; |
| Выстраивать приветственные деловые взаимоотношения с представителем заказчика |
| Планировать бюджет проекта исследования |
| Составлять и оформлять техническую документацию по исследованию |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Основы административного и финансового учёта, планирование и ведение бюджета исследования, расчет стоимости работ  |
| Основы делового этикета и профессионального взаимодействия; |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| 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 | - |

|  |
| --- |
| 3.1.4. Трудовая функция: Подготовка оборудования для проведения нейромаркетингового исследования |
| Наименование | Подготовка оборудования для проведения нейромаркетингового исследования |
|  |  |
|  Трудовые действия | Подготовка и проверка [электроэнцефалограф](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D1%8D%D0%BD%D1%86%D0%B5%D1%84%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F)ов  |
| Подготовка и проверка полиграфов  |
| Подготовка и проверка айтрекеров |
| Подготовка и проверка прочего психофизиологического оборудования, используемого в практической деятельности конкретной исследовательской лаборатории |
| Подготовка и проверка видеокамер высокого разрешения |
| Необходимые умения | Пользоваться инструментами и техническими средствами контроля работы полиграфического оборудования  |
| Пользоваться инструментами и техническими средствами контроля работы ЭЭГ  |
| Пользоваться инструментами и техническими средствами контроля работы Ай трекера  |
| Пользоваться инструментами и техническими средствами контроля работы прочего психофизиологического оборудования, используемого в практической деятельности конкретной исследовательской лаборатории |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Порядок готовности работы полиграфического оборудования для проведения эксперимента |
| Порядок готовности работы шлемов ЭЭГ для проведения эксперимента |
| Порядок готовности работы Ай трекера для проведения эксперимента |
| Порядок готовности работы прочего психофизиологического оборудования, используемого в практической деятельности конкретной исследовательской лаборатории для проведения эксперимента |
|  |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| 3.1.5. Трудовая функция: Подготовка стимульного материала для проведения нейромаркетингового тестирования |
| Наименование | Подготовка стимульного материала для проведения нейромаркетингового тестирования |
|  |  |
| Трудовые действия | Поиск/ получение (от заказчика) стимульного материала  |
| Подготовка и проверка стимульного материала для использования в нейролаборатории в соответствии с требованиями, предъявляемыми к разрешению/качеству стимульных материалов в соответствии с дизайном исследования |
| Согласование и утверждение стимульного материала с заказчиком исследования |
| Необходимые умения | Использовать аудио и видео технику |
| Оперативно находить нужную информацию в интернете |
| Работать с приложениями по графическому дизайну |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Допустимые технические характеристики стимульного материала |
| Основы графического дизайна |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики | - |

|  |
| --- |
| 4.1. Обобщенная трудовая функция: Проведение нейромаркетингового исследования |
| Наименование | Проведение нейромаркетингового исследования | Код | А | Уровень квалификации | 4 |
|  |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование/незаконченное высшее образование по специальностям:

|  |  |
| --- | --- |
| [03.00.00](https://teacode.com/online/vak/p03-00-00.html) | Биологические науки |
| [08.00.00](https://teacode.com/online/vak/p08-00-00.html) | Экономические науки |
| [19.00.00](https://teacode.com/online/vak/p19-00-00.html) | Психологические науки |
| [22.00.00](https://teacode.com/online/vak/p22-00-00.html) | Социологические науки |

Нейромаркетинг находится на стыке дисциплин, нужно постоянно повышать квалификацию с фокусировкой на междисциплинарных областях. |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |

|  |
| --- |
| 4.1.1. Трудовая функция: Установка нейрооборудования |
| Наименование | Установка нейрооборудования |
|  |  |
| Трудовые действия | Установка ЭЭГ |
| Установка полиграфов |
| Установка ай трекеров |
| Установка прочего психофизиологического оборудования |
| Необходимые умения | Корректно устанавливать ЭЭГ в соответствии с регистрируемыми отведениями по системе 10-20. |
| Корректно устанавливать полиграф |
| Корректно устанавливать ай трекер |
| Корректно устанавливать прочее психофизиологическое оборудования |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Базовые знания работы с ЭЭГ, знание схемы установки по системе 10-20 |
| Базовые знания работы с полиграфом |
| Базовые знания работы с ай трекером |
| Базовые знания прочего психофизиологического оборудования |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 4.1.2. Трудовая функция: Контроль правильности установки нейрооборудования и качества сигнала |
| Наименование | Контроль правильности установки нейрооборудования и качества сигнала |
|  |  |
| Трудовые действия | Проверка качества записи сигналов, регистрируемых посредством психофизиологического оборудования |
|  |
|  |
| Необходимые умения | Осуществлять текущий контроль за выполнением работ, проводить оценку качества результатов выполнения работ |
| Распознавать артефактные сигналы нейрооборудования |
| Корректировать установку оборудования с целью улучшения качества регистрируемого сигнала |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Знание процедур калибровки оборудования |
| Знания о критериях артефактных значений сигнала |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 4.1.3. Трудовая функция: Коммуникация с респондентами |
| Наименование | Коммуникация с респондентами |
|  |  |
| Трудовые действия | Информирование респондентов о процедуре исследования |
| Предоставление бланков для заполнения респондентами анкет в соответствии с целями и задачами исследования |
|  |
| Необходимые умения | Объяснить респондентам процедуру исследования |
| Проинформировать о правилах и продолжительности исследования |
| Объяснить респондентам принципы регистрации физиологических показателей |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Этические требования к проведению нейроисследований |
| Механизмы регистрации физиологических показателей с помощью нейрооборудования |
| Тайминг экспериментального исследования |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 4.1.4. Трудовая функция: Проведение фокус-групп, интервьюирования и анкетирования |
| Наименование | Проведение фокус-групп, интервьюирования и анкетирования |
|  |  |
| Трудовые действия | Проведение анкетирования |
| Проведение интервьюирования |
| Проведение фокус-групп |
| Необходимые умения | Модерирование фокус-групповой дискуссии |
| Навыки проведения интервью |
| Навыки проведения опроса |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Знание метода фокус-групповых дискуссий |
| Знание метода интервью |
| Знание метода опроса |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 5.1. Обобщенная трудовая функция: Анализ данных нейромаркетингового исследования  |
| Наименование | Анализ данных нейромаркетингового исследования | Код | А | Уровень квалификации | 4 |
|  |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование/незаконченное высшее образование по специальностям:

|  |  |
| --- | --- |
| [03.00.00](https://teacode.com/online/vak/p03-00-00.html) | Биологические науки |
| [08.00.00](https://teacode.com/online/vak/p08-00-00.html) | Экономические науки |
| [19.00.00](https://teacode.com/online/vak/p19-00-00.html) | Психологические науки |
| [22.00.00](https://teacode.com/online/vak/p22-00-00.html) | Социологические науки |

Нейромаркетинг находится на стыке дисциплин, нужно постоянно повышать квалификацию с фокусировкой на междисциплинарных областях. |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | - |

|  |
| --- |
| 5.1.1. Трудовая функция: Архивация и хранения персональных, конфиденциальных данных в соответствии с законодательством Российской Федерации |
| Наименование | Архивация и хранение персональных, конфиденциальных данных в соответствии с законодательством Российской Федерации |
|  |  |
| Трудовые действия | Инвентаризация и архивация информации, созданной в ходе исследования и хранящейся на бумажных и электронных носителях |
| Принятие мер по минимизации рисков раскрытия личной информации о респонденте |
| Обеспечение защиты данных от повреждений или потери. |
| Обеспечение сохранности данных  |
| Предотвращение возможности несанкционированного доступа к данным |
| Необходимые умения | Работать с вторичными источниками (результатами психофизиологических исследований, социологических опросов, статистическими данными); |
| Формировать базы данных; |
| Архивировать документы, выполненные на разных носителях; |
| Применять программное обеспечение защиты данных от несанкционированного доступа; |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Методы прикладных социологических исследований; |
| Основы делопроизводства; |
| Процедуры построения баз данных; |
| Основы планирования процессов, основы тайм-менеджмента; |
| Функциональные особенности распространённых приложений, предназначенных для обработки электронной документации, работы с электронной почтой; |
| Федеральный закон "О персональных данных". (ФЗ-152 ред. от 25.07.2011) и стандарты Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR); |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 5.1.2. Трудовая функция: Первичная обработка данных |
| Наименование | Первичная обработка данных |
|  |  |
| Трудовые действия | Выгрузка записей зарегистрированных психофизиологических показателей |
| Визуальный контроль и контроль программными средствами полноты и достоверности собранных данных; |
| Проверка соответствия итоговой выборки исходной модели по структуре и объемам; |
| Коррекция выборки в соответствии с исходной моделью |
| Работать с техническими устройствами, применяемыми для сбора информации; |
| Необходимые умения | Применять методы выборочного контроля; |
| Контролировать полноту и достоверность собранных данных; |
| Применять методы сбора данных с использованием технических средств; |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Основы использования ПК |
| Базовые знания по работе со специализированными программами |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 5.1.3. Трудовая функция: Подготовка данных для анализа |
| Наименование | Подготовка данных для анализа |
|  |  |
| Трудовые действия | Проверка данных на артефактные значения |
| Программная фильтрация данных |
| Выборочная ручная фильтрация данных |
| Необходимые умения | Работать со специализированным оборудованием и программным обеспечением для качественных и количественных методов сбора информации; |
| Навыки работы со специальными программами |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Базовые знания в распознавании содержательных данных и артефактов |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 5.1.4 Трудовая функция: Анализ психофизиологических данных, результатов социологических и психологических методик |
| Наименование | Анализ психофизиологических измерений, социологических и психологических методик |
|  |  |
| Трудовые действия | Анализ данных нейромаркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения |
| Интерпретация результатов анализа данных нейромаркетингового исследования |
|  |
| Необходимые умения | Работать с массивами данных, проводить их слияние, перевзвешивание; |
| Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; |
| Анализировать количественные и качественные данные нейромаркетингового исследования |
| Интерпретировать полученные результаты в соответствии поставленным исследовательским задачам |
| Использовать специализированное программное обеспечение для анализа данных  |
| Использовать результаты анализа и интерпретации данных нейромаркетингового исследования для формулирования управленческих предложений и задач |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Методологические основы нейромаркетингового исследования |
| Основы анализа количественных и качественных данных |
| Программные продукты для анализа нейромаркетинговых данных. |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 6.1. Обобщенная трудовая функция: Подготовка и презентация отчета |
| Наименование | Подготовка и презентация отчета | Код | А | Уровень квалификации | 4 |
|  |
| Происхождение обобщенной трудовой функции | Оригинал | Х | Заимствовано из оригинала |  |  |
|  |  | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального стандарта |
| Требования к образованию и обучению | Высшее образование по специальностям:

|  |  |
| --- | --- |
| 03.00.00 | Биологические науки |
| 08.00.00 | Экономические науки |
| 19.00.00 | Психологические науки |
| 22.00.00 | Социологические науки |

Нейромаркетинг находится на стыке дисциплин, нужно постоянно повышать квалификацию с фокусировкой на междисциплинарных областях. Наиболее предпочтительными являются варианты сочетания нескольких специализаций из вышеперечисленных или наличие специализации в нейромаркетинге.  |
| Требования к опыту практической работы | - |
| Особые условия допуска к работе | По ряду трудовых функций возможен допуск к работе стажеров с незаконченным высшим образованием |

|  |
| --- |
| 6.1.1 Трудовая функция: Написание отчета об исследовании |
| Наименование | Написание отчета об исследовании  |
|  |  |
| Трудовые действия | Разработка научно-аналитических материалов по результатам нейромаркетингового исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями; |
| Оформление отчета по итогам нейромаркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании; |
| Разработка предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов нейромаркетингового |
| Необходимые умения | Составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам нейромаркетингово исследования; |
| Формулировать управленческие задачи и пути их решения на основе результатов исследования |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Особенности методов социологического исследования (интервью; наблюдение; эксперимент; фокус-группа; опрос экспертов; изучение документов, статистических данных, содержащих необходимые сведения по выдвинутым задачам и гипотезам); |
| Методы сбора и анализа нейромаркетинговой информации; |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| **6.1.2 Трудовая функция: Контроль исполнения работ по договору** |
| Наименование | Контроль исполнения работ по договору  |
|  |  |
| Трудовые действия | Подготовка профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей; отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей); |
|  |
|  |
| Необходимые умения | Структурировать информацию; |
| Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; |
| Давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; |
| Оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования; |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Нормативные документы по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики |  |

|  |
| --- |
| 6.1.3 Трудовая функция: Представление результатов исследования различным аудиториям |
| Наименование | Представление результатов исследования различным аудиториям |
|  |  |
| Трудовые действия | Подготовка информационно-аналитических материалов и профессиональных публикаций по результатам нейромаркетинговых исследований; |
| Презентация результатов нейромаркетингового исследования различным аудиториям: заказчику, научному сообществу, в общественно-публичной сфере; |
|  |
| Необходимые умения | Презентовать результаты исследования с учетом особенностей метода нейромаркетингового |
| Составлять структурированную библиографию для разработки темы исследования; |
| Применять различные приемы представления и визуализации полученных результатов с учетом особенностей аудитории; |
| Формулировать управленческие задачи на основе исследовательских результатов |
| Проводить практико-ориентированное обучение стажеров, персонала |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Необходимые знания | Основы делового этикета |
| Правила оформления научных публикаций в отечественных и зарубежных социологических журналах, журналах по маркетингу |
| Приемы представления и визуализации результатов нейромаркетингового исследования; |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Другие характеристики | - |