Приложение 6

**Рекламно-техническое описание**

**результата интеллектуальной деятельности в виде**

**секрета производства (ноу-хау)**

*«***Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования***»,* разработанного в рамках ПИ 21-23

на тему: « Разработка подходов к нейропрофилированию поведения потребителей в санкционной экономике», выполняемого по государственному заданию Финансовому университету на 2023 год

Сведения об авторах:

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| G:\_OldDisk_\Сайт кафедры 2012\Преподаватели2012\Фото-Карпова С.В..JPG | **КАРПОВА Светлана Васильевна**  Профессор департамента маркетинга и спортивного бизнеса, Директор НИСП Факультета «Высшая школа управления»  Доктор экономических наук, профессор  Адрес: 127083, г. Москва, ул. Верхняя Масловка, д. 15, каб. 214  Тел.: +7 (917) 512-54-73  Эл. адрес: svkarpova@fa.ru |
|  | **Рожков Илья Вячеславович**  Доцент департамента маркетинга и спортивного бизнеса, в.н.с. НИСП Факультета «Высшая школа управления»  Кандидат экономических наук, доцент  Адрес: 127083, г. Москва, ул. Верхняя Масловка, д. 15, каб. 207  Тел.: +7 (903) 725-15-73  Эл. адрес: irojkov@fa.ru |
|  | **Вяткина Надежда Юрьевна**  м.н.с. НИСП Факультета «Высшая школа управления»  Адрес: 127083, г. Москва, ул. Верхняя Масловка, д. 15, каб. 209  Тел.: +7 (926) 221-14-49  Эл. адрес: nyvyatkina@fa.ru |

**Описание результата интеллектуальной деятельности**

- ***Информация о технологии.***

1. Предложена методика количественного исследования факторов, влияющих на формирование социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике, которая подразумевает проведение опроса респондентов по следующим блокам анкеты: восприятие социально-политических трендов; предпочтения в брендах; ответственное потребление; покупки с использованием цифровых технологий; социально-демографический блок. В результате применения методики количественного исследования становится возможным выявить характеристики социально-психологических профилей отдельных групп населения в условиях санкционной экономики и факторы, влияющие на потребительское поведение.
2. Предложена методика качественного исследования особенностей поведения отдельных групп населения в соответствии с их социально-психологическим профилем, которая предполагает применение нескольких подходов к нейропрофилированию: авторская методика определения принадлежности респондента к группе профиля потребителей в санкционной экономике; адаптированная методика выявления системы ценностных ориентаций М. Рокича; адаптированная методика измерения коннотативного признака Ч. Осгуда; адаптированная методика выявления психометрических характеристик основных групп потребителей посредством портретного опросника Большой пятерки; авторская методика проведения нейроэкспериментов по выявлению особенностей поведения основных групп потребителей в соответствии с их социально-психологическим профилем в целях обеспечения социальной этики и защиты социально-экономических прав.
3. Разработан унифицированный алгоритм моделирования социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике. В алгоритме выделены пять базовых этапов моделирования поведения потребителей в маркетинге, основанных на поисково-аналитическом инструментарии. В качестве базы для определения этапов алгоритма моделирования взяты работы Р.Рокича, Черчилля Г., Брауна Т. и др., учитывающие специфику и приоритетность аналитической функции в моделировании поведения потребителей, в том числе социально-психологического профиля отдельных групп населения в изменяющихся экономических условиях.
4. Сформулированы методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике, которые включают направления социального риск-менеджмента, трансформации занятости населения и рабочих мест, развития потребительской культуры и потребительского образования и др.

- *С****тепень готовности к разработке инновационного проекта.***

РИД полностью готов к использованию в качестве инструмента для формирования социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования.

**- *Новизна технологии, отличие от аналогов.***

В отличие от существующих методик мотивации населения к повышению качества жизни и приверженности к ЗОЖ представленный РИД обладает рядом преимуществ:

1. Разработанные методические рекомендации опираются на обобщение теоретических и методических подходов к социально-психологическому профайлингу в процессе сегментации отдельных групп населения и учитывают требования нормативно-правовой базы.
2. Предлагаемые методические рекомендации отличаются интеграцией двух исследовательских подходов - количественного и качественного - при формировании социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике, что повышает объективность результатов и точность определения характеристик социально-психологического профиля потребителей и факторов, влияющих на их поведение.
3. Методические рекомендации включают детально проработанный инструментарий количественного и качественного исследования по выявлению особенностей поведения основных групп потребителей в соответствии с их социально-психологическим профилем, что позволяет его адаптировать для решения широкого круга задач, связанных с профилированием населения.
4. Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения подразумевают использование инновационных подходов нейромаркетинга, профессионального нейрооборудования и современного программного обеспечения, что позволяет выявить неосознанные поведенческие реакции респондентов при просмотре тестируемых материалов.
5. В методических рекомендациях предложен унифицированный алгоритм моделирования социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике, основанный на поисково-аналитическом инструментарии. Представленная в алгоритме декомпозиция этапов формирования социально-психологического профиля отдельных групп населения упрощает его практическую реализацию.

***-*** *Технологические преимущества.*

Реализация хоздоговорных НИР на основе РИД «Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования» возможна на технологической базе НИСП «Институт управленческих исследований и консалтинга» Факультета «Высшая школа управления» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, которая включает квалицированный и сертифицированный персонал (специалисты в области, маркетинга, рекламы, PR, социологических и нейроисследований), а также материальную базу, состоящую из специализированных лабораторных помещений, компьютерной техники, нейрооборудования - айтрекер «Tobii Pro Glasses 2 Live View Wireless 50 HW» - и программного обеспечения «Tobii Pro Lab Analyzer Edition».

- *Э****кономические преимущества.***

Предлагаемые в РИД методические рекомендации позволят:

1. На основе количественных и качественных исследований сформировать социально-психологические профили отдельных групп населения в целях маркетингового управления ответственным поведением потребителей в процессе трансформации экономики РФ в условиях санкционного давления и импортозамещения.
2. Выявлять факторы, влияющие на формирование социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике, в целях обеспечения социальной этики и защиты социально-экономических прав.
3. За счет более точного таргетирования с учетом характеристик социально-психологических профилей отдельных групп населения сокращать расходы на рекламно-коммуникационные кампании по продвижению отечественных товаров и услуг.
4. Способствовать защите прав потребителей на основе социального риск-менеджмента, трансформации занятости населения и рабочих мест, развития потребительской культуры и потребительского образования, патриотического воспитания с учетом социально-психологических профилей отдельных групп населения.

- *О****бласть возможного использования***.

Результаты исследования, представленные в виде РИД «Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования», могут быть востребованы и коммерциализованы в нескольких направлениях:

1. Проведение количественного исследования факторов, влияющих на формирование социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике (анкетный опрос).
2. Проведение качественного исследования особенностей поведения отдельных групп населения в соответствии с их социально-психологическим профилем с использованием инструментов нейропрофилирования (нейроэксперимент).
3. Моделирование социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования в санкционной экономике.
4. Разработка методических рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения в санкционной экономике.

Основными заказчиками хоздоговорных НИР на основе РИД «Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования» могут стать:

1. Органы исполнительной власти РФ, в компетенцию которых входит разработка социально-экономической политики по обеспечению социально-экономических прав населения РФ в условиях санкций – Министерство экономического развития Российской Федерации, Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, Министерство здравоохранения Российской Федерации, Министерство культуры Российской Федерации, Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Министерство просвещения Российской Федерации, Федеральная антимонопольная служба (ФАС), Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор), Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь).
2. Исследовательские и общественные организации, проводящие анализ мнения отдельных групп населения в области политических настроений в обществе, отношения к политическим событиям и др.
3. Коммерческие организации различного профиля, осуществляющие социально-психологическое профилирование персонала и потребителей.
4. Маркетинговые, рекламные и PR-агентства, проводящие сегментацию по социально-психологическим характеристикам целевой аудитории в целях разработки таргетированных рекламно-коммуникационных кампаний.
5. Государственные и коммерческие образовательные организации, проводящие социально-психологическое профилирование контингента обучающихся в целях профориентации, поиска и развития талантов, патриотического воспитания молодежи и др.
6. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации в форме внутренних научных грантов на научные исследования студенческими ВТСК. Тематика внутренних грантов может быть связана с укреплением самосознания и патриотизма отдельных групп населения в условиях санкционного давления и внешнеполитической напряженности.

**Определение экспертами коэффициента коммерческого потенциала РИД (секрета производства (ноу-хау), базы данных или программы для ЭВМ) «Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования», созданного в рамках НИР по государственному заданию Финуниверситету на 2023 г.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерий | Значи-мость | Качественные и количественные интервалы диапазонов характеристик оцениваемых критериев | | Балльная оценка РИД  тремя экспертами (авторами) (Р1,Р2,Р3) | | | Средний балл | Средне-взвешенное значение критерия |
| Р1 | Р2 | Р3 |
| 1 | 2 | 3 | | 5 | 6 | 7 | 8=(5+6+7)/3 | 9=2\*8 |
| Нормативно-правовой статус | 0,25 | РИД является охраняемым (в режиме коммерческой тайны (ноу-хау) - 9 или в силу наличия охранного документа - 10) | 9-10 | 9 | 10 | 9 | 9,3 | 2,3 |
| Процедура госрегистрации прав на РИД (стадия подготовки документов - 6, подача заявки завершена - 7, пройдена экспертиза по существу - 8) | 6-8 | 0 | 0 | 0 |
| Процедура установления конфиденциальности (в стадии подготовки документов - 4, документы поданы - 5) | 4-5 | 0 | 0 | 0 |
| Выполнение критериев охраноспособности (3 - для изобретений, 2 - для полезных моделей и промышленных образцов, 1 – для иных РИД) | 1-3 | 0 | 0 | 0 |
| Критерии охраноспособности не выполняются | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Конкурентные преимущества | 0,2 | Уникальный РИД | 9-10 | 9 | 9 | 9 | 9 | 1,8 |
| Высокие конкурентные преимущества | 6-8 | 0 | 0 | 0 |
| Средние конкурентные преимущества | 3-5 | 0 |  |  |
| Низкие конкурентные преимущества | 1-2 |  |  |  |
| Анализ не проводился | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Спрос | 0,35 | Наличие заявок на РИД, лицензионных договоров, соглашений о намерениях и других документальных подтверждений | 9-10 | 0 | 0 | 0 | 1,7 | 0,6 |
| Наличие потребительского спроса, подтвержденного независимыми исследованиями | 6-8 | 0 | 0 | 0 |
| Наличие потребительского спроса на основе анализа рынков | 3-5 | 0 | 0 | 0 |
| Высокий уровень конкурентных преимуществ, но требуется формирование (уточнение) спроса | 1-2 | 1 | 2 | 2 |
| Потребительский спрос не изучался | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ресурсообеспе-ченность | 0,2 | Полная ресурсообеспеченность для вывода РИД на рынок, включая государственную поддержку | 9-10 | 0 | 0 | 0 | 7,3 | 1,47 |
| Высокая ресурсообеспеченность для вывода РИД на рынок | 6-8 | 6 | 8 | 8 |
| Средняя ресурсообеспеченность для вывода РИД на рынок | 3-5 | 0 | 0 | 0 |
| Низкая ресурсообеспеченность для вывода РИД на рынок | 1-2 | 0 | 0 | 0 |
| Данные для определения ресурсообеспеченности отсутствуют | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | 1 |  |  |  |  |  | Ккп= | 6,17 |

**Определение первоначальной стоимости РИД**

**«Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования», созданного в рамках НИР по государственному заданию Финуниверситету на 2023 г.**

Исходные данные.

Оцениваемый объект: РИД в виде секрета производства (ноу-хау) «Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования». Дата оценки: \_\_.\_\_.2023.

Стоимость выполнения НИР по госзаданию, в рамках которой создан РИД: 9233,644 тыс. руб.

Накладные расходы, не связанные с созданием РИД – 20%.

Всего получено 8 результатов НИР, причем на разработку РИД потрачено 12 %) всех временных затрат.

Количество исполнителей, участвующих в разработке РИД – 3 чел.

Исполнитель (Карпова С.В.), участвующий в разработке РИД имеет КТУНИР = 12% и задействован согласно План-заданию в получении одного результата НИР (r=1). Второй исполнитель (Рожков И.В.) имеет КТУНИР = 35% и задействован согласно План-заданию в получении трех результатов НИР (r=3). Третий исполнитель (Вяткина Н.Ю.) имеет КТУНИР = 26% и задействован согласно План-заданию в получении четырех результатов НИР (r=4).

Коэффициент коммерческого потенциала исходя из табл. 1 ККП =6,17.

Далее определяем первоначальную стоимость РИД «Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования».

Решение:

1. Так как ККП ≥ 5,5, то РИД целесообразно поставить на баланс Финуниверситета.

2. СК = 9233,644 – 20%\*9233,644 = 7386,9152 (тыс. руб.)

3. КТУРИД = 0,12/1 + 0,35/3 + 0,26/4 = 0,3017

4. ПСРИД = 7386,9152\*0,12\*0,3017 =267,44 (тыс. руб.).

Ответ: первоначальная стоимость РИД РИД «Методические рекомендации по формированию социально-психологического профиля отдельных групп населения с использованием инструментов нейропрофилирования» составила 267,44 тыс. руб.

Эксперты:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Б.Б. Славин

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.П. Карасев

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.Л. Абаев