Приложение 6

**Рекламно-техническое описание**

**результата интеллектуальной деятельности в виде**

**секрета производства (ноу-хау)**

 *«*Методика мотивации сотрудников организации к повышению качества жизни и приверженности к ЗОЖ*»,* разработанного в рамках ПНИР-22

на тему: «Формирование системы мотивации населения на основе повышения качества жизни», выполняемого по государственному заданию Финансовому университета на 2022 год

Сведения об авторах:

|  |  |
| --- | --- |
| G:\_OldDisk_\Сайт кафедры 2012\Преподаватели2012\Фото-Карпова С.В..JPG | **КАРПОВА Светлана Васильевна**Профессор, заведующий экспериментальной лабораторией «Нейротехнологии в управлении» департамента логистики и маркетинга Факультета экономики и бизнеса Доктор экономических наук, профессорАдрес: 127083, г. Москва, ул. Верхняя Масловка, д. 15, каб. 214Тел.: +7 (917) 512-54-73Эл. адрес: svkarpova@fa.ru |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Рожков Илья Вячеславович**Доцент, в.н.с. экспериментальной лаборатории «Нейротехнологии в управлении» департамента логистики и маркетинга Факультета экономики и бизнеса Кандидат экономических наук, доцентАдрес: 127083, г. Москва, ул. Верхняя Масловка, д. 15, каб. 210Тел.: +7 (903) 725-15-73Эл. адрес: irojkov@fa.ru |

**Описание результата интеллектуальной деятельности**

- ***Информация о технологии.***

1. Предложена информационно-коммуникационная модель мотивации сотрудников организации к ЗОЖ, состоящая из: ключевых социальных институтов (государства, образования, производства и религии); факторов, определяющих качество жизни населения; инструментов мотивации сотрудников к повышению к повышению качества жизни (материальных и нематериальных); каналов информационного воздействия на сотрудника (традиционных и цифровых); комплексного исследования формирования системы мотивации сотрудников к ЗОЖ, реализуемого двумя методами – количественным и качественным); а также связывающими элементы модели информационными процессами.
2. Разработана методика исследования инструментов формирования системы мотивации сотрудников организации к ЗОЖ, которая включает: количественное исследование – анкетный опрос по изучению мнения сотрудников по отношению к своему здоровью и мотивации к самосохранительному поведению; нейроэксперимент для изучения неосознанных реакций на визуальные триггеры, используемые в информационно-коммуникационных кампаниях и рекламно-информационных материалах по вопросам мотивации к повышению качества жизни.
3. Предложен комплекс мероприятий по созданию корпоративных программ системной поддержки в области повышения качества жизни населения и мотивации сотрудников к ЗОЖ, который включает программы: профилактики потребления населением алкогольных напитков и табачных изделий; соблюдения населением принципов здорового питания; увеличения физической активности населения; сохранения психоэмоционального благополучия населения.

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

РИД полностью готов к использованию в качестве инструмента для реализации в РФ национального проекта «Демография» и ряда федеральных проектов, направленных на долгосрочные цели развития государства, среди которых:

- устойчивый рост численности населения;

- повышение продолжительности жизни;

- популяризация занятий физической культурой и спортом.

- *Н****овизна 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. Разработанная методика базируется на современных теоретических подходах к системам мотивации населения к повышению качества жизни; авторской классификации инструментов формирования системы мотивации населения к повышению качества жизни; методах оценки эффективности инструментов формирования системы мотивации населения к повышению качества жизни; существующих в научной литературе подходах к исследованиям самосохранительного поведения человека и его мотивации.
2. Информационно-коммуникационная модель мотивации сотрудников организации к ЗОЖ отличается от существующих возможностью третированного информационного воздействия на сотрудников организации с учетом их приверженности ЗОЖ (приверженные ЗОЖ, частично придерживающиеся ЗОЖ, игнорирующие ЗОЖ) и индивидуальных особенностях восприятия информации, что позволит повысить эффективность информационно-коммуникационного воздействия в процессе мотивации сотрудников.
3. Разработанная методика исследования инструментов формирования системы мотивации сотрудников организации к ЗОЖ включает 2 метода – количественный (анкетный опрос) и качественный (нейроэксперимент), что позволит повысить объективность полученных результатов.

***- Технологические преимущества.***

Реализация хоздоговорных НИР на основе РИД «Методика мотивации сотрудников организации к повышению качества жизни и приверженности к ЗОЖ» возможна на базе технологической базе экспериментальной лаборатории
"Нейротехнологии в управлении" Департамента логистики и маркетинга Факультета экономика и бизнес Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Лаборатория обладает необходимым квалицированным и сертифицированным персоналом (специалисты в области, маркетинга, рекламы, PR, социологических и нейроисследований), а также материальной базой, включающей специализированные лабораторные помещения, компьютерную технику, нейрооборудоване - айтрекер «Tobii Pro Glasses 2 Live View Wireless 50 HW» и программное обеспечение «Tobii Pro Lab Analyzer Edition».

- *Э****кономические преимущества.***

Предлагаемая в РИД методика позволит:

1. Более таргетировано выбирать каналы коммуникации и разрабатывать рекламно-информационные материалы в процессе мотивации сотрудников организации к повышению качества жизни и приверженности к ЗОЖ.
2. Повысить вовлеченность сотрудников организации в повышение качества своей жизни и приверженность к ЗОЖ, что позволит увеличить производительность труда.
3. Сократить расходы на информационно-коммуникационные кампании мотивации сотрудников организации к повышению качества жизни и приверженности к ЗОЖ.
4. Развивать партнерские программы организаций-работодателей и компаний, оказывающих услуги в сере ЗОЖ.
5. Укреплять имидж бренда организаций-работодателей.

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

Результаты исследования, представленные в виде РИД «Методика мотивации сотрудников организации к повышению качества жизни и приверженности к ЗОЖ», могут быть востребованы и коммерциализованы в нескольких направлениях:

1. Проведение исследования субъективных оценок сотрудников организации своего здоровья (опрос).
2. Изучения неосознанных реакций на визуальные триггеры, используемые в информационно-коммуникационных кампаниях и рекламно-информационных материалах по вопросам мотивации к повышению качества жизни (нейроэксперимент).
3. Разработка корпоративных программ по укреплению здоровья сотрудников.
4. Продвижение корпоративных программ по укреплению здоровья сотрудников.
5. Разработка методических рекомендации по привлечению внимания сотрудников к используемым триггерам при формировании осознанного решения к повышению качества жизни через улучшение здоровья.

Основными заказчиками хоздоговорных НИР на основе РИД «Методика мотивации сотрудников организации к повышению качества жизни и приверженности к ЗОЖ» могут стать:

1. Органы исполнительной власти РФ, в компетенцию которых входит реализация мероприятий национального проекта «Демография» (Министерство спорта, Министерство здравоохранения, Министерство здравоохранения, Министерство культуры, Министерство науки и высшего образования, Министерство просвещения, Министерство труда и социальной защиты, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, Министерство экономического развития, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор), Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь)).
2. Крупные работодатели РФ, реализующие корпоративные программы по укреплению здоровья своих сотрудников.
3. Маркетинговые, рекламные и PR-агентства, разрабатывающие коммуникационные кампании и рекламно-информационные материалы по вопросам мотивации к повышению качества жизни.
4. Общественные организации, занимающиеся пропагандой ЗОЖ.
5. Образовательные организации, вовлекающие учащихся и студентов в систематические занятия физической культурой и спортом.
6. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации в форме внутренних научных грантов на научные исследования студенческим ВТК. Тематика внутренних грантов может быть связана с реализацией в образовательном учреждении мероприятий по вовлечению обучающихся в систематические занятия физической культурой и спортом.