

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Кафедра Экономике и менеджмента

Управление потребительским поведением

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление потребительским поведением» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 8 от 21.04.2025г.

Доцент Е.Г.Страчкова

Заведующий кафедрой: С.Г. Радько

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Управление потребительским поведением» изучается в восьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Управление потребительским поведением» относится к элективным дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Экономика организаций (предприятий);
- Стратегический маркетинг;
- Теория вероятностей;
- Статистика;
- Современные маркетинговые коммуникации;
- Маркетинг.

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин:

- Проектирование бренда;
- Маркетинговый анализ и прогнозирование;
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы бакалавра.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Управление потребительским поведением» являются:

- изучение понятий «потребительское поведение», «лояльность потребителей», «анализ потребительского поведения», «управление потребительским поведением» как основ изучения, анализа и управления потребительским поведением; изучение методов, подходов и инструментов анализа потребностей потребителей для формирования программ поддержания лояльности целевых групп, а также для реализации маркетинговых программ;

– формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;

– формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментария бренд-менеджмента и маркетинга, направленного на формирование программ лояльности потребителей	ИД-ПК-4.3 Формирование программ поддержания лояльности целевых групп покупателей и потребителей	- обобщает проблемные вопросы управления профессиональной сферы деятельности менеджера с учетом знаний анализа потребностей потребителей; – владеет знаниями анализа потребностей потребителей при выполнении практических задач по анализу целевых групп потребителей; – умеет реализовывать маркетинговые программы на основе анализа потребностей потребителей.
ПК-5 Способен реализовывать мероприятия по формированию репутации бренда, идентифицировать и оценивать сопутствующие маркетинговым мероприятиям риски.	ИД-ПК- 5.1 Организация мероприятий по формированию репутации бренда с представлением вероятных последствий принятия управленческих решений	– владеет знаниями по анализу потребностей потребителей при идентифицировании и оценке сопутствующим маркетинговым мероприятиям рискам; - владеет знаниями анализа потребностей потребителей при реализации мероприятий по формированию репутации бренда

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
по очно-заочной форме обучения –		з.е.		час.
по заочной форме обучения –		з.е.		час.

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины								
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час	
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час
								промежуточная аттестация, час

8 семестр	зачет	96	22	22				52	
Всего:		96	22	22				52	

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
Восьмой семестр							
ПК-4: ИД-ПК-4.3 ПК-5: ИД-ПК-5.1	Лекции Тема 1 Поведение потребителей, понятие и сущность. Исследование личности, ценностей и стилей жизни потребителей	2				3	Формы текущего контроля: устный опрос, дискуссия, индивидуальное задание, выполнение практических заданий
	Тема 2 Восприятие информации, внимание и обучение потребителей	2				3	
	Тема 3 Процесс принятия решения о покупке, осознание потребности и оценка вариантов	3				3	
	Тема 4 Покупка и процессы после покупки	3				3	
	Тема 5 Знания и отношения потребителей в процессе покупки	3				3	
	Тема 6 Влияние среды: культуры и субкультуры, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйства	3				3	
	Тема 7 Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения	3				3	
	Тема 8 Анализ поведения потребителей. Управление потребительским поведением	3				3	
	Практические занятия						
	Практическое занятие № 1 Поведение потребителей, понятие и сущность. Исследование личности, ценностей и стилей жизни потребителей		2			3	
Практическое занятие № 2 Восприятие информации, внимание и обучение		2			3		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	потребителей						
	Практическое занятие № 3 Процесс принятия решения о покупке, осознание потребности и оценка вариантов		3			3	
	Практическое занятие № 4 Покупка и процессы после покупки		3			5	
	Практическое занятие № 5 Знания и отношения потребителей в процессе покупки		3			3	
	Практическое занятие № 6 Влияние среды: культуры и субкультуры, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйства		3			3	
	Практическое занятие № 7 Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения		3			3	
	Практическое занятие № 8 Анализ поведения потребителей. Управление потребительским поведением		3			5	
	Зачет						
	ИТОГО за восьмой семестр	22	22			52	
	ИТОГО за весь период	22	22			52	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1	Поведение потребителей, понятие и сущность. Исследование личности, ценностей и стилей жизни потребителей	Основные подходы и теории к изучению личности. Личные ценности индивида. Стили жизни, категории потребностей, теории мотивации. Роль заинтересованности и эмоций в мотивации. Самовосприятие, его роль в поведении индивида
Тема 2	Восприятие информации, внимание и обучение потребителей	Восприятие информации, внимание и обучение потребителей как факторы потребительского поведения. Факторы, оказывающие влияние на понимание Убеждение. Эффективность обучения потребителей
Тема 3	Процесс принятия решения о покупке, осознание потребности и оценка вариантов	Процесс принятия решения потребителями о покупке. Активизация потребности, ознакомление и анализ, предпокупочные процессы, осознание потребности потребителем и оценка возможных вариантов. Стадии и правила принятия решения о покупке
Тема 4	Покупка и процессы после покупки	Покупка, действия потребителей во время осуществления покупки и постпокупочные процессы. Прямой маркетинг. Поведение в процессе потребления, типы потребления, оценка после покупки, освобождение от продукта
Тема 5	Знания и отношения потребителей в процессе покупки	Измерение и восприятие дохода. Товары, услуги и время. Информационные, когнитивные и финансовые ресурсы. Содержание и организация потребительских знаний, внутренние и внешние знания и другие.
Тема 6	Влияние среды: культуры и субкультуры, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйства	Влияние среды: культуры и субкультуры. Усвоение потребителями культурных ценностей; Измерение культуры по типологиям, её использование в сегментировании. Проявление влияния высших классов на низшие. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства. Референтные группы и их влияние на поведение индивида, модели персонального влияния, персональное влияние в маркетинговой стратегии. Влияние семьи и домашнего хозяйства, роли членов семьи при совершении покупки
Тема 7	Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения	Поведение потребителей-организаций на деловых рынках. Покупательское поведение на деловых рынках и факторы его формирующие. Поведение потребителей и маркетинговые решения. Характеристика поведения потребителей. Принципы понимания потребительского поведения. Инструменты влияния на поведение потребителей. Положения исследований мотивации и поведения потребителей
Тема 8	Анализ поведения потребителей. Управление потребительским поведением.	Сущность анализа поведения потребителей. Методы, инструменты и подходы к анализу поведения потребителей. Построения кривых безразличия. Опросы и анкетирование. ABC-XYZ – анализ. RFM – исследования и другие.

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к практическим занятиям и зачету с оценкой;
- изучение учебников, учебных пособий, научных публикаций;
- аннотирование учебных и научных изданий;
- конспектирование учебных и научных изданий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение практических заданий;
- подготовка к тестированию;
- выполнение индивидуального задания.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы не предусмотрена.

Темы полностью или частично отнесенные на самостоятельное изучение с последующим контролем, не предусмотрены.

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	Лекции	22	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенций	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ПК-4 ИД-ПК-4.3 ПК-5 ИД-ПК-5.1
Высокий	85 – 100	отлично/отлично (зачтено)			Обучающийся: - способен провести анализ конкретной управленческой ситуации с использованием знаний в области анализа поведения потребителей; – свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе; - дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные - умеет принимать обоснованные управленческие решения в различных областях жизнедеятельности на основе знаний теории в области анализа поведения потребителей.

Повышенный	65 – 84	хорошо/хорошо (зачтено)			Обучающийся: – в большинстве случаев способен провести анализ конкретной управленческой ситуации, связанной с анализом поведения потребителей; – дает, профессионально грамотные ответы на вопросы. – ориентируется в учебной и профессиональной литературе;
Базовый	41 – 64	Удовлетворительно / удовлетворительно (зачтено)			Обучающийся: – в целом демонстрирует знания основной части учебной литературы по дисциплине; – с неточностями излагает терминологию по практическому применению основ анализа поведения потребителей; ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.
Низкий	0 – 40	неудовлетворительно/ неудовлетворительно (не зачтено)			Обучающийся: – не способен проводить анализ конкретной управленческой ситуации, связанной с анализом поведения потребителей; - ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне практического материала в

					объеме, необходимом для дальнейшей учебы.
--	--	--	--	--	---

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
1.	Темы дискуссий по дисциплине	1. Понятие о поведении покупателей. 2. Психологические переменные, влияющие на покупку. 3. Социальные факторы, влияющие на покупку. 4. Понятие ситуации покупки. 5. Понятие о процессе решения проблемы покупки. 6. Варианты анализа рынка (с учетом демографии, возраста и других) 7. Специфика методов анализа поведения потребителей. 8. Сущность и специфика управления потребительским поведением	ПК-4: ИД-ПК-4.3 ПК-5: ИД-ПК-5.1
2.	Тест по дисциплине	Вариант теста состоит из 15 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже) 1. СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, влияющие на покупку: 1. семья 2. культура 3. лидер мнения 4. ситуационное влияние 5. восприятие 6. убеждение 7. усвоения	ПК-4: ИД-ПК-4.3 ПК-5: ИД-ПК-5.1

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		2.СВЯЗЬ МЕЖДУ НОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И ХРАНЯЩИМИСЯ В ПАМЯТИ ИНДИВИДА ЗНАНИЯМИ (ЧИСЛО СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РАЗДРАЖИТЕЛЕМ, ОПЫТОМ И ЦЕЛЬЮ) 1. актуализация 2. внешний поиск 3. внутренний поиск 4. восстановление информации (припоминание) 5. гашение (угасание) 6. генерализация (обобщение) 7. двойное кодирование 3. СБОР НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИИ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ 1. актуализация 2. внешний поиск 3. внутренний поиск 4. восстановление информации (припоминание) 5. гашение (угасание) 6. генерализация (обобщение) 7. двойное кодирование 4. ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ И КОРРЕКТИРОВКА ИНФОРМАЦИИ ПО ПАМЯТИ 1. актуализация 2. внешний поиск 3. внутренний поиск 4. восстановление информации (припоминание) 5. гашение (угасание) 6. генерализация (обобщение) 7. двойное кодирование 5. Составляющие ситуации покупки: 1. причина 2. окружение 3. анализ имиджа 4. время	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		5. благосостояние 6. власть 7. внимание 6. Потребление, мотивированное желанием продемонстрировать окружающим свою успешность 1. вобблер 2. видимое потребление 3. анализ имиджа 4. ассоциативная сеть 5. благосостояние 6. власть 7. внимание 7. Изучение знаний или представлений потребителей об атрибутах товара / фирмы и связанных с ним ассоциациях 1. вобблер 2. видимое потребление 3. анализ имиджа 4. ассоциативная сеть 5. благосостояние 6. власть 7. внимание 8. Влияние, осуществляющееся за счет различных факторов, имеющих место в определенное время и в определенном месте и не зависящих от потребителей и объектов 1. ситуационное влияние 2. инновация 3. распространение, диффузия 4. непрерывные инновации 5. динамически непрерывные инновации 6. прерывистые инновации 7. новатор 9. Любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые 1. ситуационное влияние 2. инновация 3. распространение, диффузия	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		4. непрерывные инновации 5. динамически непрерывные инновации 6. прерывистые инновации 7. новатор 10. Психологические переменные, влияющие на покупку: 1. ситуационное влияние 2. инновация 3. мотивация 4. восприятие 5. убеждение 6. усвоения 7. новатор	
3.	Индивидуальное задание	Индивидуальное задание (ИЗ) по темам ниже. Основные требования к выполнению ИЗ: 1. По своему усмотрению выбираете тему ИЗ. В случае проблемы с выбором - консультируетесь с преподавателем 2. Объем ИЗ - 4-5 стр А4. Оформление как в курсовой работе. 3. Обязателен титульный лист и в конце - ссылки на источники. Содержание, введение и заключения не нужны. Тема 1 Психологические переменные, влияющие на покупку. Привести примеры. Тема 2 Понятие о процессе решения проблемы покупки. Привести примеры. Тема 3. Влияние среды на процесс покупки. Привести примеры. Тема 4. Специфика методов анализа поведения потребителей. Привести примеры	ПК-4: ИД-ПК-4.3 ПК-5: ИД-ПК-5.1

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного	Критерии оценивания	Шкалы оценивания
----------------------------	---------------------	------------------

средства (контрольно- оценочного мероприятия)		100-балльная система	Пятибалльная система	
Устный опрос	Обучающийся в процессе выступления или решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания темы, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы		5	
	Обучающийся в процессе выступления или решения проблемной ситуации правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности или представлен недостаточно полный набор аргументов		4	
	Обучающийся ориентируется в материале, но в рассуждениях не демонстрирует стройную логику ответа, на базовом уровне владеет профессиональной терминологией, частично раскрывает суть проблемы и предлагает общие подходы к ее решению.		3	
	Обучающийся слабо ориентируется в материале, в рассуждениях нет логики, не владеет профессиональной терминологией на базовом уровне либо не раскрывает суть проблемы.		2	
Письменный экспресс- опрос/компьютерное тестирование	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5	85%- 100%
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4	70%- 84%
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3	50%- 69%
	Работа не выполнена либо допущены грубые ошибки.		2	50% и менее 50%
Дискуссия	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и		5	

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности.		4
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		2
Индивидуальное задание	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Работа не выполнена либо допущены грубые ошибки.		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
Зачет : в письменно-устной форме по вопросам	Для студентов успевающих на «отлично» более, чем на 50% практических занятий и не имеющих неудовлетворительных оценок на остальных, получивших по результатам текущего контроля успеваемости оценки «отлично» указанная оценка может быть выставлена за зачет, для остальных он проводится в письменно-устной форме по вопросам. Вопросы для подготовки к зачету 1. Поведение потребителей. Сущность и понятие. 2. Основные подходы и теории к изучению личности. 3. Личные ценности индивида. 4. Стили жизни, категории потребностей, теории мотивации. 5. Роль заинтересованности и эмоций в мотивации. 6. Самовосприятие, его роль в поведении индивида 7. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей как факторы потребительского поведения. 8. Факторы, оказывающие влияние на понимание. 9. Эффективность обучения потребителей 10. Процесс принятия решения потребителями о покупке. 11. Активизация потребности, ознакомление и анализ, предпокупочные процессы, осознание потребности потребителем и оценка возможных вариантов. 12. Стадии и правила принятия решения о покупке 13. Покупка, действия потребителей во время осуществления покупки и постпокупочные	ПК-4: ИД-ПК-4.3 ПК-5: ИД-ПК-5.1

	процессы. 14. Прямой маркетинг. 15. Поведение в процессе потребления, типы потребления, оценка после покупки, освобождение от продукта 16. Измерение и восприятие дохода. 17. Товары, услуги и время. 18. Информационные, когнитивные и финансовые ресурсы. 19. Содержание и организация потребительских знаний, внутренние и внешние знания и другие. 20. Влияние среды: культуры и субкультуры. 21. Усвоение потребителями культурных ценностей; 22. Измерение культуры по типологиям, её использование в сегментировании. 23. Проявление влияния высших классов на низшие. 24. Группы и групповые коммуникации. 25. Влияние семьи и домохозяйства. 26. Референтные группы и их влияние на поведение индивида, модели персонального влияния, персональное влияние в маркетинговой стратегии. 27. Влияние семьи и домашнего хозяйства, роли членов семьи при совершении покупки 28. Поведение потребителей-организаций на деловых рынках. 29. Покупательское поведение на деловых рынках и факторы его формирующие. 30. Поведение потребителей и маркетинговые решения. 31. Характеристика поведения потребителей. 32. Принципы понимания потребительского поведения. 33. Инструменты влияния на поведение потребителей. 34. Положения исследований мотивации и поведения потребителей 35. Сущность анализа поведения потребителей. 36. Методы, инструменты и подходы к анализу поведения потребителей. 37. Построения кривых безразличия. 38. Опросы и анкетирование. 39. ABC-XYZ – анализ. 40. RFM – исследования 41. Управление потребностями потребителей. Сущность и особенности	
Зачет: компьютерное	Вариант теста состоит из 15 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)	ПК-4: ИД-ПК-4.3

тестирование и собеседование в онлайн по вопросам (при необходимости)	1. СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, влияющие на покупку: 1. семья 2. культура 3. лидер мнения 4. ситуационное влияние 5. восприятие 6. убеждение 7. усвоения 2.СВЯЗЬ МЕЖДУ НОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И ХРАНЯЩИМИСЯ В ПАМЯТИ ИНДИВИДА ЗНАНИЯМИ (ЧИСЛО СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РАЗДРАЖИТЕЛЕМ, ОПЫТОМ И ЦЕЛЬЮ) 1. актуализация 2. внешний поиск 3. внутренний поиск 4. восстановление информации (припоминание) 5. гашение (угасание) 6. генерализация (обобщение) 7. двойное кодирование 3. СБОР НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИИ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ 1. актуализация 2. внешний поиск 3. внутренний поиск 4. восстановление информации (припоминание) 5. гашение (угасание) 6. генерализация (обобщение) 7. двойное кодирование 4. ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ И КОРРЕКТИРОВКА ИНФОРМАЦИИ ПО ПАМЯТИ 1. актуализация 2. внешний поиск 3. внутренний поиск 4. восстановление информации (припоминание) 5. гашение (угасание) 6. генерализация (обобщение) 7. двойное кодирование	ПК-5: ИД-ПК-5.1
--	--	----------------------------

	5. Составляющие ситуации покупки: 1. причина 2. окружение 3. анализ имиджа 4. время 5. благосостояние 6. власть 7. внимание 6. Потребление, мотивированное желанием продемонстрировать окружающим свою успешность 1. вобблер 2. видимое потребление 3. анализ имиджа 4. ассоциативная сеть 5. благосостояние 6. власть 7. внимание 7. Изучение знаний или представлений потребителей об атрибутах товара / фирмы и связанных с ним ассоциациях 1. вобблер 2. видимое потребление 3. анализ имиджа 4. ассоциативная сеть 5. благосостояние 6. власть 7. внимание 8. Влияние, осуществляющееся за счет различных факторов, имеющих место в определенное время и в определенном месте и не зависящих от потребителей и объектов 1. ситуационное влияние 2. инновация 3. распространение, диффузия 4. непрерывные инновации 5. динамически непрерывные инновации 6. прерывистые инновации 7. новатор 9. Любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые 1. ситуационное влияние 2. инновация 3. распространение, диффузия	
--	--	--

	4. непрерывные инновации 5. динамически непрерывные инновации 6. прерывистые инновации 7. новатор 10. Психологические переменные, влияющие на покупку: 1. ситуационное влияние 2. инновация 3. мотивация 4. восприятие 5. убеждение 6. усвоения 7. новатор	
--	---	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Зачет в письменно-устной форме по вопросам/ компьютерное тестирование (собеседование в онлайн в дополнение к компьютерному тестированию)	Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том		5	85%-100%

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система	
	числе из собственной практики.			
	Обучающийся: – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно отвечает на дополнительные вопросы средней сложности, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе учебной работы. В ответе раскрыто, в основном, содержание вопросов, имеются несущественные неточности при ответе на дополнительные вопросы.		4	70%-84%
	Обучающийся: – показывает знания базового материала, которые отличаются поверхностностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может в полном объеме обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, представления о межпредметных связях слабые; – знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. Содержание вопроса раскрыто на базовом уровне, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы, ответ носит репродуктивный характер.		3	50%-69%
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении заданий. На часть дополнительных вопросов по содержанию зачета затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		2	50% и менее 50%

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- устный опрос;		2 – 5
- письменный экспресс-опрос / компьютерное тестирование		2 – 5
- дискуссия		2 – 5
- индивидуальное задание		2 – 5
Промежуточная аттестация (зачет)		Отлично хорошо
Итого за семестр (дисциплину) зачёт		удовлетворительно неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- анализ ситуаций;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа)

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины Анализ поведения потребителей реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

- выполнение индивидуального задания по перечисленной выше тематике;
- выполнение заданий на практических занятиях;
- участие в дискуссиях по темам курса.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, дом 1, строение 1	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор,
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	Любой
	Динамики (колонки или наушники)	Любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1.	Драганчук Л.С.	Поведение потребителей	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2018	http://znanium.com/catalog/product/949261	–
2.	Меликян О.М.	Поведение потребителей	Учебник	М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К"	2020	http://znanium.com/catalog/product/358513	–
3.	Романенкова О.Н. и др.	Поведение потребителей	Учебник	М.: ИНФРА-М	2020	znanium.com/catalog/product/356056	–
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1.	Антонова Н.В.	Психология потребительского поведения, рекламы и PR	Учебное пособие	М.: ИНФРА-М	2022	https://znanium.com/product/387616	-
2.	Наумов В.Н.	Поведение потребителей	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2020	http://znanium.com/catalog/product/357779	–
3.	Казаков С.П.	Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме	Монография	М.: РИОР, ИНФРА-М	2021	https://znanium.com/product/389742	5
10.3 Методические материалы (указания), рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина							
1.	Политова Р.В.	Поведение потребителей. Часть 2	Учебное пособие	М.: РГУ им. А.Н. Косыгина. – 32с.	2018	–	5
2.	Политова Р.В.	Поведение потребителей в схемах. Часть 1	Учебное пособие	М.: РГУ им. А.Н. Косыгина	2017	Локальная сеть университета	5

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
2.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Информационно-правовой портал Гарант.ру https://www.garant.ru/
2.	Информационно-правовой портал Консультант-плюс https://www.consultant.ru/
3.	Официальный сайт ЦБ РФ https://cbr.ru/
4.	Официальный сайт Росстата РФ https://rosstat.gov.ru/
5.	Официальный сайт Росбизнесконсалтинг https://www.rbc.ru/

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Наименование лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	SolidWorks	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Rhinoceros	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
13.	Simplify 3D	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
14.	FontLab VI Academic	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
15.	Pinnacle Studio 18 Ultimate	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
16.	КОМПАС-3d-V 18	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
17.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
18.	АЛТ-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019

19.	Альт-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
20.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
21.	Диалог NIBELUNG	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
22.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
23.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
24.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
25.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
26.	Mathematica Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
27.	Network Server Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
28.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
29.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры