

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 16:33:34  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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

Институт Экономики и менеджмента  
Кафедра Коммерции и сервиса

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Управление поведением потребителей

---

Уровень образования	Бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Профиль	Управление поведением потребителей в сфере услуг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление поведением потребителей» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 7 от 06.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

- Доцент Р.В. Политова
- Заведующий кафедрой Б.А. Тхориков

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Управление поведением потребителей» изучается в восьмом семестре. Курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам:

- Маркетинг.
- Маркетинговые исследования.
- Поведенческая экономика.
- Управление предприятиями сервиса.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении Производственной практики. Преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## **2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Целями освоения дисциплины «Управление поведением потребителей» являются:

- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности.
- формирование навыков анализа социально-экономических, мотивационных и ситуационных факторов поведения потребителей, с путями эффективного его регулирования и оптимизации.
- 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-2 Способен к управлению взаимоотношениями с потребителями, партнерами, организациями	ИД-ПК-2.1 Осуществление делового общения в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Различает характеристики приобретения, потребления и распоряжения услугами потенциальных и действующих клиентов</li> <li>– Различает факторы и перспективы потребительских ожиданий на сервисных рынках, в том числе международных, для развития системы клиентских отношений</li> <li>– Демонстрирует знание источников спроса и предложения по методам информационно-коммуникативного рекламирования и привлечения потенциальных клиентов</li> <li>– Выделяет характеристики потребительских ожиданий при анализе проблемных ситуаций</li> <li>– Рассматривает и анализирует управление характеристиками воздействующих факторов и элементов потребительских ожиданий на основе изучения тенденций развития теоретических знаний и практики сервисного рынка</li> <li>– Анализирует управление характеристиками потребительских ожиданий сферы обслуживания</li> <li>– Различает принципы понимания поведения и прав потребителей</li> <li>– Анализирует управление характеристиками инновационного развития процессов сферы обслуживания в условиях постпродажного обслуживания и сервиса</li> </ul>
	ИД-ПК-2.2 Осуществление конструктивной деятельности с коллегами, руководством, клиентами, организация совместной деятельности с учетом этических норм профессиональной деятельности и делового этикета	
	ИД-ПК-2.3 Применение теории управления информацией о текущих и потенциальных клиентах компании	

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения	4	з.е.	128	час.
--------------------------------	---	------	-----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очно-заочная 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	экзамен	128	12	12				80	24
<b>Всего</b>		<b>128</b>	<b>12</b>	<b>12</b>				<b>80</b>	<b>24</b>

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очно-заочная 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/ инди- видуальные	Практическая подготовка, час		
<b>Восьмой семестр</b>							
ПК-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3	Тема 1. Введение. Теория планируемого поведения. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей – клиентов сервисных организаций	2	2			10	Формы текущего контроля по дисциплине: 1. выступление с презентацией 2. эссе 3. текущее компьютерное тестирование по темам 4. индивидуальное задание
	Тема 2. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей – клиентов сервисных организаций	2	2			10	
	Тема 3. Процесс принятия решения человеком о приобретении услуг, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов	2	2			10	
	Тема 4. Приобретение услуг и процессы после покупки	1	1			10	
	Тема 5. Ресурсы, знания и отношения в процессе приобретения услуг	1	1			10	
	Тема 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства	1	1			10	
	Тема 7. Влияние ситуационных факторов. Инновации в сфере услуг	1	1			10	
	Тема 8. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения	1	1			10	
	<b>ИТОГО за восьмой семестр</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	-	-	<b>80</b>	
	Экзамен	-	-	-	-	24	
<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	-	-	<b>104</b>		

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1	Лекция. Введение. Теория планируемого поведения. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей – клиентов сервисных организаций	Введение в дисциплину «Управление поведением потребителей». Основные положения теории планируемого поведения. Основные подходы к изучению личности: психоаналитическая теория личности Фрейда З., социально-психологическая теория личности Хорни К., теория черт личности Кеттелла Р., феноменологическая теория личности Роджерса К.; теория характерных особенностей личности и измерения поведения, личные ценности индивида, стили жизни: системы VALS, VALS2, LOV; категории потребностей, основные теории мотивации, роль заинтересованности и эмоций в мотивации; самовосприятие, его роль в поведении индивида
	Практическое занятие. Теория планируемого поведения. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей-клиентов сервисных организаций	1. Пройдите тестирование по Стилям личности 2. Подготовьте 5 мероприятий по управлению поведением потребителей по теме дисциплины для любой организации сервиса (Представьте в таблице с 5-ью графами в альбомном развороте: 1. название мероприятия 2. обоснование отношения мероприятия (к теме занятия), 3. цель, 4. содержание, 5. ожидаемый результат), 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения и 5 закрытых вопросов (с 5-ью ответами) для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темой. 3. Зарегистрируйтесь на сайте, пройдите диагностическое тестирование для определения уровня всех характеристик программой. Затем пройдите Тренировку памяти, внимания и скорости реакции 1
Тема 2	Лекция. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей – клиентов сервисных организаций	Восприятие информации, внимание и обучение потребителей как факторы потребительского поведения: Процесс обработки информации потребителем, Условия экспозиции для осуществления контакта, Характеристики внимания, Запоминание и усиление запоминаемости, Процесс интерпретации; Факторы, оказывающие влияние на понимание; Закон М. Вебера и подсознательное убеждение, Убеждение: периферийное и центральное, Система хранения информации, Основные типы бизнес-обучения, Эффективность бизнес-обучения потребителей
	Практическое занятие. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей – клиентов сервисных организаций	1. Пройдите опрос Кеттелла вторичные факторы и постройте карты по вложенным файлам. 2. Пройдите Тренировки памяти, внимания и скорости реакции 2 3. Подготовьте 5 мероприятий по управлению поведением потребителей, 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения для любой организации сервиса и 5 закрытых вопросов для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темой.
Тема 3	Лекция. Процесс принятия решения человеком о приобретении услуг, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов	Процесс принятия решения потребителями о покупке: Модель и стадии покупательского поведения, Переменные влияния на принятие решения о покупке, Отличия расширенного и ограниченного решений, Условия расширенного решения проблемы, Активизация потребности ознакомление и анализ, предпокупочные процессы, осознание потребности потребителем и оценка возможных вариантов, Основные и специфические критерии оценки, Классификация источников информации для процесса её поиска (2 стадия процесса принятия решения. Поиск информации, Факторы, влияющие на поиск информации, Метод

		"отсечек" и "сигналов качества", использование и распоряжение, Предпочетная оценка вариантов (3 стадии принятия решения), Правила принятия решения о покупке
	Практическое занятие. Процесс принятия решения человеком о приобретении услуг, предпочтительные процессы: осознание потребности и оценка вариантов	Подготовьте по 5 мероприятий по управлению поведением потребителей, 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения и 5 закрытых вопросов (с 5-ью ответами) для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темой
Тема 4	Лекция. Приобретение услуг и процессы после покупки	Покупка, действия потребителей во время осуществления покупки и постпокупочные процессы: Стадии процесса принятия покупательских решений, Факторы прерывания процесса решения о покупке, Обстоятельства появления сомнений потребителя в выборе покупки, Характеристики типов покупки, Источники покупки и их выбор, Оценочные критерии розничного магазина, Прямой маркетинг – стимул влияния на потребителя, Поведение в процессе потребления (5 стадия процесса принятия решения), Типы потребления, Оценка после покупки (6 стадия процесса принятия решения), Освобождение от продукта (7 стадия принятия решения)
	Практическое занятие. Приобретение услуг и процессы после покупки	1. Подготовьте 5 мероприятий по управлению поведением потребителей сервисной организации для любой организации сервиса, 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения и 5 закрытых вопросов для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темой. 2. Пройдите диагностическое тестирование для определения уровня всех характеристик программой. Затем пройдите Тренировку памяти, внимания и скорости реакции 4
Тема 5	Лекция. Ресурсы, знания и отношения в процессе приобретения услуг	Измерение и восприятие дохода, Товары (услуги) и время, Информационные, когнитивные и финансовые ресурсы: Ресурсы времени, Содержание и организация потребительских знаний, Когнитивные ресурсы, внутренние и внешние знания; Понятие установки, компоненты установки; Основные свойства установок, Методики изменения установок, Измерение отношений потребителей отношения потребителей к процессу покупки, Соответствие измерений и факторы
	Практическое занятие. Ресурсы, знания и отношения в процессе приобретения услуг	Подготовьте 5 мероприятий по управлению поведением потребителей темы для любой организации сервиса, 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения и 5 закрытых вопросов (с 5-ью ответами) для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темой
Тема 6	Лекция. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства	Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация: Понятие «культура», Усвоение потребителями культурных ценностей; Измерение культуры по типологии Ховстеде Г., её использование в сегментировании; Социальный класс: переменные и их относительная значимость, Взаимосвязь уровня дохода и социального класса, Проявление влияния высших классов на низшие, Социальная стратификация, Осознание потребности социального класса и определение оценочных критериев. 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», «домашнего хозяйства», Отношения между покупателем и потребителем, Инструментальные и экспрессивные роли в семье, Возможные роли членов семьи при совершении покупки

	Практическое занятие 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства	Подготовьте 5 мероприятий по управлению поведением потребителей любой организации сервиса, 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения и 5 закрытых вопросов (с 5-ью ответами) для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темой
Тема 7	Лекция. Влияние ситуационных факторов. Инновации в сфере услуг	Влияние ситуационных факторов: факторы внешнего влияния на поведение потребителей, а также внутренние факторы поведения потребителей. Диффузия инноваций: группы потребителей по использованию инноваций, распространение инноваций
	Практическое занятие. Влияние ситуационных факторов. Инновации в сфере услуг	Подготовьте 5 мероприятий по управлению поведением потребителей для организации сервиса, 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения и 5 закрытых вопросов (с 5-ью ответами) для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темой
Тема 8	Лекция. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения	Поведение потребителей-организаций на деловых рынках: Описание деловых рынков и покупателей, Мотивация организации-покупателя на деловом рынке, Модель поведения организации-покупателя как индивида, "Закупочный центр" организации-покупателя, его участники, их роли и функции, Основные возможные ситуации закупок в промышленной среде и тактические действия поставщиков, Покупательское поведение на деловых рынках и факторы его формирующие. Поведение потребителей и маркетинговые решения: Характеристика поведения потребителей, Основные принципы понимания потребительского поведения, Основные инструменты влияния на поведение потребителей, Первые шаги включения наук о поведении в практику маркетинга, Основные положения исследований мотивации и поведения потребителей, Сущность концепции пожизненной ценности клиента
	Практическое занятие. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения	Защита Индивидуального задания с 5-ю мероприятиями по каждой теме дисциплины для любой организации сервиса, 5 примеров поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения и 5 закрытых вопросов (с 5-ью ответами) для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с каждой темой

### 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 лекциям, практическим занятиям, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных заданий,

- написание тематических выступлений на проблемные темы;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам и др.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя: круглый стол (дискуссия); проведение консультаций перед экзаменом; консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН.

Перечень тем, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ п/п	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 8	Поведение на деловых рынках и маркетинговые решения	Подготовиться к дискуссии на тему: Этапы развития дисциплины	Презентации	2

### 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.

Применяется следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	24	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	24	



#### 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 компетенции(-й)	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-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3
высокий	—	отлично	—	—	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– всесторонне анализирует поведение потребителей</li> <li>– систематически выделяет и анализирует основные виды общения с клиентами</li> <li>– систематически применяет правила построения предложений клиентам для увеличения их ожиданий</li> <li>– выстраивает социальное профессиональное и межкультурное общение с учётом требований клиента в полном объёме</li> <li>– анализирует организацию работы по оформлению документов, основные задачи продвижения услуг</li> <li>– комплексно применяет средства вербального и невербального общения и бизнес-коммуникаций с клиентами</li> <li>– комплексно применяет формы и методы ведения общения с клиентами в условиях непосредственного взаимодействия с ними</li> <li>– самостоятельно анализирует коммуникативные компетентности клиентов в полном объёме</li> <li>– критически и самостоятельно осуществляет анализ событий окружающей действительности на основе системного подхода, вырабатывает стратегию действий для решения проблемных ситуаций в продвижении услуг клиентам в зависимости от вида деятельности организации</li> </ul>
повышенный	—	хорошо	—	—	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализирует поведение потребителей с незначительными пробелами</li> <li>– периодически выделяет и анализирует основные виды общения с клиентами</li> <li>– периодически применяет правила построения предложений клиентам для увеличения их ожиданий</li> <li>– выстраивает социальное профессиональное и межкультурное общение с учётом требований клиента периодически</li> <li>– анализирует организацию работы по оформлению документов, основные задачи продвижения услуг</li> <li>– правильно применяет средства вербального и невербального общения и бизнес-коммуникаций с клиентами</li> <li>– правильно применяет формы и методы ведения общения с клиентами в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями</li> </ul>

					<ul style="list-style-type: none"> <li>– анализирует коммуникативные компетентности клиентов с незначительными ошибками</li> <li>– осуществляет анализ событий окружающей действительности на основе с незначительными ошибками</li> </ul>
базовый	–	удовлетворительно	–	–	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способен провести анализ поведения конкретных групп потребителей с единичными негрубыми ошибками</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в выделении и анализе основных видов общения с клиентами</li> <li>– выделяет элементы в системе знаний и применении правил построения предложений клиентам для увеличения их ожиданий</li> <li>– выстраивает социальное профессиональное и межкультурное общение с учётом требований клиента с серьёзными затруднениями</li> <li>– анализирует организацию работы по оформлению документов, основные задачи продвижения услуг с серьёзными затруднениями</li> <li>– с серьёзными затруднениями применяет средства вербального и невербального общения и бизнес-коммуникаций с клиентами</li> <li>– применяет достаточно разрозненные знания и представления о формах и методах ведения общения с клиентами в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями</li> <li>– анализирует коммуникативные компетентности клиентов с грубыми ошибками</li> <li>– осуществляет анализ событий окружающей действительности на основе с грубыми ошибками</li> </ul>
низкий	–	неудовлетворительно	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами;</li> <li>– не способен проанализировать школы, модели и стили лидерства,</li> <li>– не владеет методами коммуникативной компетентности клиентов;</li> <li>– ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.</li> </ul>		

## **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 «Управление поведением потребителей» 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:

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
1	Темы эссе, выступления с презентацией по дисциплине	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Раскройте смысл демографического и психографического подходов к изучению личности.</li> <li>2. Охарактеризуйте демографический анализ рынка, изменение возрастных характеристик.</li> <li>3. Перечислите теории личности. Опишите психоаналитическую теорию личности</li> <li>4. Концепцию стиля жизни, критерии ДИМ (АЮ) и их характеристики. Системы VALS и VALS2 концепции стиля жизни</li> <li>5. Системы VALS2 и LOV концепции стиля жизни, глобальные стили жизни</li> </ol>	ПК-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3
2	Тест по разделу темам 1-4	<p>Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. СВЯЗЬ МЕЖДУ НОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И ХРАНЯЩИМИСЯ В ПАМЯТИ ИНДИВИДА ЗНАНИЯМИ (ЧИСЛО СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РАЗДРАЖИТЕЛЕМ, ОПЫТОМ И ЦЕЛЬЮ) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. актуализация</li> <li>2. внешний поиск</li> <li>3. внутренний поиск</li> <li>4. восстановление информации (припоминание)</li> <li>5. гашение (угасание)</li> <li>6. генерализация (обобщение)</li> <li>7. двойное кодирование</li> </ol> </li> <li>2. СБОР НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИИ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ <ol style="list-style-type: none"> <li>1. актуализация</li> <li>2. внешний поиск</li> <li>3. внутренний поиск</li> <li>4. восстановление информации (припоминание)</li> <li>5. гашение (угасание)</li> <li>6. генерализация (обобщение)</li> <li>7. двойное кодирование</li> </ol> </li> <li>3. ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ И КОРРЕКТИРОВКА ИНФОРМАЦИИ ПО ПАМЯТИ <ol style="list-style-type: none"> <li>1. актуализация</li> <li>2. внешний поиск</li> <li>3. внутренний поиск</li> <li>4. восстановление информации (припоминание)</li> <li>5. гашение (угасание)</li> <li>6. генерализация (обобщение)</li> <li>7. двойное кодирование</li> </ol> </li> </ol>	ПК-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>4. ПРОЦЕСС АКТИВИЗАЦИИ ЗНАНИЙ, ХРАНЯЩИХСЯ В ДОЛГОВРЕМЕННОЙ ПАМЯТИ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. актуализация</li> <li>2. внешний поиск</li> <li>3. внутренний поиск</li> <li>4. восстановление информации (припоминание)</li> <li>5. гашение (угасание)</li> <li>6. генерализация (обобщение)</li> <li>7. двойное кодирование</li> </ol> <p>5. НАРУШЕНИЕ СВЯЗИ МЕЖДУ УСЛОВНЫМ И БЕЗУСЛОВНЫМ СТИМУЛАМИ, В РЕЗУЛЬТАТЕ ЧЕГО УСЛОВНЫЙ СТИМУЛ ПЕРЕСТАЕТ ВЫЗЫВАТЬ УСЛОВНУЮ РЕАКЦИЮ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. актуализация</li> <li>2. внешний поиск</li> <li>3. внутренний поиск</li> <li>4. восстановление информации (припоминание)</li> <li>5. гашение (угасание)</li> <li>6. генерализация (обобщение)</li> <li>7. двойное кодирование</li> </ol>	
3	Тест по темам 5-6	<p>Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)</p> <p>1. НЕБОЛЬШАЯ КАРТОННАЯ ИЛИ ПЛАСТИКОВАЯ ПОВЕРХНОСТЬ С РЕКЛАМНЫМ ОБЪЯВЛЕНИЕМ, РАЗМЕЩЕННАЯ НА ТОНКОЙ ЭЛАСТИЧНОЙ НОЖКЕ ИЛИ ПРУЖИНЕ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. вобблер</li> <li>2. видимое потребление</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. ассоциативная сеть</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ol> <p>2. ПОТРЕБЛЕНИЕ, МОТИВИРОВАННОЕ ЖЕЛАНИЕМ ПРОДЕМОНСТРИРОВАТЬ ОКРУЖАЮЩИМ СВОЮ УСПЕШНОСТЬ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. вобблер</li> <li>2. видимое потребление</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. ассоциативная сеть</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ol> <p>3. ИЗУЧЕНИЕ ЗНАНИЙ ИЛИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБ АТТРИБУТАХ ТОВАРА / ФИРМЫ И СВЯЗАННЫХ С НИМ АССОЦИАЦИЯХ</p>	ПК-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<ul style="list-style-type: none"> <li>1. вобблер</li> <li>2. видимое потребление</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. ассоциативная сеть</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ul> <p>4. КОНЦЕПЦИЯ, СОГЛАСНО КОТОРОЙ ПАМЯТЬ СОСТОИТ ИЗ НАБОРА УЗЛОВ, СОДЕРЖАЩИХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЙ И СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ЭТИМИ УЗЛАМИ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. вобблер</li> <li>2. видимое потребление</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. ассоциативная сеть</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ul> <p>5. МЕРА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА И СТОИМОСТИ ИМУЩЕСТВА СЕМЬИ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. вобблер</li> <li>2. видимое потребление</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. ассоциативная сеть</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ul>	
4	Тест по темам 7-8	<p>Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)</p> <p>1. ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ОДНИХ ЛЮДЕЙ ИЛИ ГРУПП ЛЮДЕЙ НАВЯЗЫВАТЬ СВОЮ ВОЛЮ ДРУГИМ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. вобблер</li> <li>2. видимое потребление</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. ассоциативная сеть</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ul> <p>2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. вобблер</li> <li>2. видимое потребление</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. ассоциативная сеть</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ul> <p>3. КОЛИЧЕСТВО ВНИМАНИЯ, СОСРЕДОТОЧЕННОГО В ОПРЕДЕЛЕННОМ НАПРАВЛЕНИИ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. внимательность</li> <li>2. волевой контроль</li> </ul>	ПК-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		3. вторичная группа 4. глобальное мышление 5. глорифаер 6. группа устремления 7. декларативные типы знаний 4. СТЕПЕНЬ ЗАВИСИМОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ОТ СОБСТВЕННОЙ ВОЛИ ИНДИВИДА 1. внимательность 2. волевой контроль 3. вторичная группа 4. глобальное мышление 5. глорифаер 6. группа устремления 7. декларативные типы знаний 5. ГРУППА, ОКАЗЫВАЮЩАЯ БОЛЕЕ СПОРАДИЧЕСКОЕ И МЕНЕЕ ВСЕСТОРОННЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЕШЕНИЯ И ПОВЕДЕНИЕ ИНДИВИДА 1. внимательность 2. волевой контроль 3. вторичная группа 4. глобальное мышление 5. глорифаер 6. группа устремления 7. декларативные типы знаний	
5	Индивидуальное задание	Привести разработанные мероприятия по улучшению потребительских ожиданий по темам дисциплины для любой организации сервиса (необходимый минимум – 8-10 мероприятий по каждой теме дисциплины) и 5 закрытых вопросов по каждой теме (с 5-ью ответами) для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темами Тема 1. Введение. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей Тема 2. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей Тема 3. Процесс принятия решения человеком о покупке, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов Тема 4. Покупка и процессы после покупки Тема 5. Ресурсы потребителей. Знания и отношения потребителей в процессе покупки Тема 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства Тема 7. Влияние ситуационных факторов. Диффузия инноваций Тема 8. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения	ПК-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3

## 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Эссе	<p>Контрольно-оценочное мероприятие проводится в форме выступления с презентацией и оценивается по балльной шкале.</p> <p>Критерии оценивания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания заявленной теме и полнота ее раскрытия, оригинальность и самостоятельность;</li> <li>– умение выразить свою собственную позицию с учётом знания социальных проблем современности и ориентирования в современной социально-экономической реальности; свободное оперирование информацией, ясно и грамотно излагает факты, корректно отвечает на вопросы и предложения присутствующих в аудитории;</li> <li>– логическое и последовательное изложение мыслей;</li> <li>– количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 5-минутного выступления нужно использовать до 10 действующих слайдов, помимо титульного листа и списка использованной литературы);</li> <li>– используются картинки SmartArt, таблицы, схемы, графики и т.д.</li> <li>– аргументированность (наличие убедительных фактов и доказательств).</li> </ul> <p>По каждому критерию присваивается 1 балл.</p> <p>Количество набранных баллов приравнивается к пятибалльной системе следующим образом:</p> <p>4,5-6 баллов – отлично,  3,5-4,4 баллов – хорошо,  2,51-3,4 балла – удовлетворительно,  0-2,5 балла – неудовлетворительно.</p>		4,5-6 баллов	5
			3,5-4,4 баллов	4
			2,51-3,4 балла	3
			0-2,5 балл	2
Выступление с презентацией	<p>Дан полный, развернутый ответ по теме презентации, показана совокупность осознанных знаний об объекте с использованием схем SmartArt, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по теме выступления, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает</p> <p>Дан полный, развернутый по теме презентации, показана совокупность осознанных знаний об объекте с использованием схем SmartArt, 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 в определениях.</p> <p>Тема раскрыта недостаточно полно и недостаточно развернуто. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала</p> <p>Тема раскрыта неполно, представляет собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь понятий, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность</p>	–	5	
		–	4	
		–	3	
		–	2	

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие составляющие темы презентации			
	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся при освоении показал полный объём знаний, умений пройденным темам и применение их на практике. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи	–	5	
	Работа выполнена полностью, но обоснований примеров недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. Допущены логические ошибки в предъявлении некоторых аргументов или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией, или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Допущены разговорные или просторечные обороты при отсутствии речевых и грамматических ошибок или допущены речевые и грамматические ошибки при отсутствии разговорных, просторечных оборотов и выразительность речи.	–	4	
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. Несоответствие большинства аргументов выдвинутому примеру, несоответствие большинства контраргументов высказанным аргументам. Допущены разговорные или просторечные обороты, речевые и грамматические ошибки или отсутствует выразительность речи	–	3	
	Обучающийся не демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского менеджмента. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении или не участвует в обсуждении.	–	2	
Тест (текущее тестирование по разделам курса)	Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный – ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе: «2» – строго менее 51% «3» – 52-69% «4» – 70-84% «5» – 85-100%		Балл	Процент
		–	5	85-100
		–	4	70-84
		–	3	55-69
		–	2	строго менее 51

### 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
Экзамен в устной форме по билетам	Перечень теоретических вопросов 1 и 2, из которых формируется билет:	ПК-2 ИД-ПК-2.1;



	<p>1. Раскройте смысл демографического и психографического подходов к изучению личности. Охарактеризуйте демографический анализ рынка, изменение возрастных характеристик</p> <p>2. Перечислите теории личности. Опишите психоаналитическую теорию личности, вспомогательные методы определения неосознанных мотивов</p> <p>3. Опишите психоаналитическую, социально-психологическую теории личности, приведите аспекты отличия, опишите межличностные устремления системы К. Хорни</p> <p>4. Опишите социально-психологическую теории личности и теорию характерных особенностей личности (личностных факторов), перечислите её три предположения</p> <p>5. Перечислите теории личности. Опишите теорию характерных особенностей личности. Охарактеризуйте личность бренда и приведите типы личности при принятии решений о покупке</p>	ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3
	<p>Перечень ситуаций вопроса 3, из которых формируется билет</p> <p>1. Разработайте и проанализируйте одно мероприятие по организации управления сервисной организации по теме: Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей</p> <p>2. Разработайте и проанализируйте одно мероприятие по организации управления сервисной организации по теме: Восприятие информации, внимание и обучение потребителей</p> <p>3. Разработайте и проанализируйте одно мероприятие по организации управления сервисной организации по теме: Процесс принятия решения человеком о покупке, пред-покупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов</p> <p>4. Разработайте и проанализируйте одно мероприятие по организации управления сервисной организации по теме: Покупка и процессы после покупки</p> <p>5. Разработайте и проанализируйте одно мероприятие по организации управления сервисной организации по теме: Ресурсы потребителей</p>	ПК-2 ИД-ПК-2.1; ИД-ПК-2.2; ИД-ПК-2.3

#### 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен: в устной форме по билетам	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, в том числе на дополнительные вопросы;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросам заданий;</li> </ul>	–	5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одной из задач;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой,</li> <li>– демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>Имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>	–	4
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> <li>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые;</li> <li>– справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы.</li> </ul> <p>Содержание заданий раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный</p>	–	3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.		
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.	–	2

### 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:		
- выступление с презентацией или подготовка эссе при пропуске практического занятия	–	2-5
- текущее компьютерное тестирование	–	2-5
- индивидуальное задание	–	2-5
Промежуточная аттестация Экзамен		отлично хорошо
<b>Итого за дисциплину</b> Экзамен		удовлетворительно неудовлетворительно

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр.

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины не реализуется.

## 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

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.
<b>119071, г. Москва, Малая Калужская улица, дом 1, стр.2</b>	
Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Аудитория №1330 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций).
Аудитория №1339 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические

<b>Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>	<b>Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>
	иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций)
Аудитория №1325: - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятия и профилактических работ время).	Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

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

<b>Необходимое оборудование</b>	<b>Параметры</b>	<b>Технические требования</b>
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 (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Драганчук Л.С.	Поведение потребителей	Учебное пособие	Москва: НИЦ ИНФРА-М	2024	<a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=431090">https://znanium.ru/catalog/document?id=431090</a>	–
2	Наумов В.Н.	Поведение потребителей	Учебник	Москва: НИЦ ИНФРА-М	2023	<a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=424795">https://znanium.ru/catalog/document?id=424795</a>	–
3	Романенкова О.Н. и др.	Поведение потребителей	Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник	2022	<a href="https://znanium.com/catalog/product/356056">znanium.com/catalog/product/356056</a>	–
4	Жильцова О.Н.	Поведение потребителей	Учебник	Москва: Вузовский учебник	2022	<a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=414477">https://znanium.ru/catalog/document?id=414477</a>	–
5	Антонова Н.В.	Психология потребительского поведения, рекламы и PR	Учебное пособие	Москва: ИНФРА-М	2022	<a href="https://znanium.com/product/387616">https://znanium.com/product/387616</a>	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Дубровин И.А.	Поведение потребителей	Учебное пособие	Москва: Дашков и К	2023	<a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=431717">https://znanium.ru/catalog/document?id=431717</a>	–
2	Казаков С.П.	Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме	Монография	Москва: РИОР, ИНФРА-М	2024	<a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=432322">https://znanium.ru/catalog/document?id=432322</a>	–
3	Шувалова И.А.	Защита прав потребителей	Учебное пособие	Москва: НИЦ ИНФРА-М	2024	<a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=436127">https://znanium.ru/catalog/document?id=436127</a>	–
4	Политова Р.В.	Поведение потребителей в схемах. Часть 1	Учебное пособие	Москва: РГУ им. А.Н. Косыгина	2017	Локальная сеть университета	5
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Ордынец А.А.	Методические рекомендации по организации	Учебно-методическое пособие	Утверждено на заседании кафедры коммерции и	2021	–	5 на кафедре

		самостоятельной работы обучающихся		сервиса, протокол № 12 от 08.06.2021			
--	--	------------------------------------	--	--------------------------------------	--	--	--



## 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.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ЭБС ЮРАЙТ» <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a>
5.	ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a> .
6.	Справочная правовая система «Консультант Плюс» <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
№ пп	Профессиональные базы данных, информационные справочные системы
1.	Web of Science <a href="http://webofknowledge.com/">http://webofknowledge.com/</a>
2.	Scopus <a href="http://www.Scopus.com/">http://www.Scopus.com/</a>
3.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a>
4.	«SpringerNature» <a href="http://www.springernature.com/gp/librarians">http://www.springernature.com/gp/librarians</a> Платформа Springer Link: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a> Платформа Nature: <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> Платформа NeuroNation: <a href="https://www.neuronation.com/training/exercise/flashglance">https://www.neuronation.com/training/exercise/flashglance</a> База данных Springer Materials: <a href="http://materials.springer.com/">http://materials.springer.com/</a> База данных Springer Protocols: <a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a> База данных zbMath: <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a> База данных Nano: <a href="http://nano.nature.com/">http://nano.nature.com/</a>

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	draw.io (для создания деловой графики)	Свободно распространяемое

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИ-  
ПЛИНЫ**

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

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