

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.09.2023 17:05:56  
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 Экономки и менеджмента  
Кафедра Экономки и менеджмента

---

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Анализ поведения потребителей

---

Уровень образования	Бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и бренд-менеджмент
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Анализ поведения потребителей» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 6 от 21.02.2023 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент Е.Г.Страчкова

Заведующий кафедрой: С.Г. Радько

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Анализ поведения потребителей» изучается в восьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Анализ поведения потребителей» относится к элективным дисциплинам в части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений

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

- Экономика организаций (предприятий);
- Стратегический маркетинг;
- Теория вероятностей и математическая статистика;
- 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 «Анализ поведения потребителей» 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.



8 семестр	зачет	108	32	44				32	
	Всего:	108	32	44				32	

## 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		
<b>Восьмой семестр</b>							
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.	4				2	Формы текущего контроля: устный опрос, дискуссия, индивидуальное задание, выполнение практических заданий
	Тема 2 Восприятие информации, внимание и обучение потребителей	4				2	
	Тема 3 Процесс принятия решения о покупке, осознание потребности и оценка вариантов	4				2	
	Тема 4 Покупка и процессы после покупки	4				2	
	Тема 5 Знания и отношения потребителей в процессе покупки	4				2	
	Тема 6 Влияние среды: культуры и субкультуры, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйства	4				2	
	Тема 7 Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения	4				2	
	Тема 8 Анализ поведения потребителей	4				2	
	Практические занятия						
	Практическое занятие № 1 Поведение потребителей, понятие и сущность. Исследование личности, ценностей и стилей жизни потребителей		5			2	
	Практическое занятие № 2 Восприятие информации, внимание и обучение потребителей		5			2	

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		
	Практическое занятие № 3 Процесс принятия решения о покупке, осознание потребности и оценка вариантов		6			2	
	Практическое занятие № 4 Покупка и процессы после покупки		5			2	
	Практическое занятие № 5 Знания и отношения потребителей в процессе покупки		5			2	
	Практическое занятие № 6 Влияние среды: культуры и субкультуры, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйства		6			2	
	Практическое занятие № 7 Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения		6			2	
	Практическое занятие № 8 Анализ поведения потребителей		6			2	
	Зачет						зачет по совокупности результатов текущего контроля успеваемости либо в письменной-устной форме по вопросам согласно программе зачета/ по результатам тестирования
	<b>ИТОГО за восьмой семестр</b>	<b>32</b>	<b>44</b>			<b>32</b>	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>32</b>	<b>44</b>			<b>32</b>	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема	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	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	32	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)			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способен провести анализ конкретной управленческой ситуации с использованием знаний в области анализа поведения потребителей;</li> <li>– свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе;</li> <li>- дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные</li> <li>- умеет принимать обоснованные управленческие решения в различных областях жизнедеятельности на основе знаний теории в области анализа поведения потребителей.</li> </ul>

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. Подходы к изучению личности. 7. Варианты анализа рынка (с учетом демографии, возраста и других) 8. Специфика методов анализа поведения потребителей.	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: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. семья</li> <li>2. культура</li> <li>3. лидер мнения</li> <li>4. ситуационное влияние</li> <li>5. восприятие</li> <li>6. убеждение</li> <li>7. усвоения</li> </ol>	ПК-4 ИД-ПК-4.3 ПК-5 ИД-ПК-5.1

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>2. СВЯЗЬ МЕЖДУ НОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И ХРАНЯЩИМИСЯ В ПАМЯТИ ИНДИВИДА ЗНАНИЯМИ (ЧИСЛО СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РАЗДРАЖИТЕЛЕМ, ОПЫТОМ И ЦЕЛЬЮ)</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>3. СБОР НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИИ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ</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>4. ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ И КОРРЕКТИРОВКА ИНФОРМАЦИИ ПО 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. Составляющие ситуации покупки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. причина</li> <li>2. окружение</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. время</li> <li>5. благосостояние</li> </ol>	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<ul style="list-style-type: none"> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> <li>6. Потребление, мотивированное желанием продемонстрировать окружающим свою успешность               <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> </li> <li>7. Изучение знаний или представлений потребителей об атрибутах товара / фирмы и связанных с ним ассоциациях               <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> </li> <li>8. Влияние, осуществляющееся за счет различных факторов, имеющих место в определенное время и в определенном месте и не зависящих от потребителей и объектов               <ul style="list-style-type: none"> <li>1. ситуационное влияние</li> <li>2. инновация</li> <li>3. распространение, диффузия</li> <li>4. непрерывные инновации</li> <li>5. динамически непрерывные инновации</li> <li>6. прерывистые инновации</li> <li>7. новатор</li> </ul> </li> <li>9. Любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые               <ul style="list-style-type: none"> <li>1. ситуационное влияние</li> <li>2. инновация</li> <li>3. распространение, диффузия</li> <li>4. непрерывные инновации</li> </ul> </li> </ul>	

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		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	

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

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		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		5	

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и 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



Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	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	<p>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.</p> <p>Вопросы для подготовки к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поведение потребителей. Сущность и понятие.</li> <li>2. Основные подходы и теории к изучению личности.</li> <li>3. Личные ценности индивида.</li> <li>4. Стили жизни, категории потребностей, теории мотивации.</li> <li>5. Роль заинтересованности и эмоций в мотивации.</li> <li>6. Самовосприятие, его роль в поведении индивида</li> <li>7. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей как факторы потребительского поведения.</li> <li>8. Факторы, оказывающие влияние на понимание.</li> <li>9. Эффективность обучения потребителей</li> <li>10. Процесс принятия решения потребителями о покупке.</li> <li>11. Активизация потребности, ознакомление и анализ, предпокупочные процессы, осознание</li> </ol>	<p>ПК-4: ИД-ПК-4.3 ПК-5: ИД-ПК-5.1</p>

	<p>потребности потребителем и оценка возможных вариантов.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>12. Стадии и правила принятия решения о покупке</li> <li>13. Покупка, действия потребителей во время осуществления покупки и постпокупочные процессы.</li> <li>14. Прямой маркетинг.</li> <li>15. Поведение в процессе потребления, типы потребления, оценка после покупки, освобождение от продукта</li> <li>16. Измерение и восприятие дохода.</li> <li>17. Товары, услуги и время.</li> <li>18. Информационные, когнитивные и финансовые ресурсы.</li> <li>19. Содержание и организация потребительских знаний, внутренние и внешние знания и другие.</li> <li>20. Влияние среды: культуры и субкультуры.</li> <li>21. Усвоение потребителями культурных ценностей;</li> <li>22. Измерение культуры по типологиям, её использование в сегментировании.</li> <li>23. Проявление влияния высших классов на низшие.</li> <li>24. Группы и групповые коммуникации.</li> <li>25. Влияние семьи и домохозяйства.</li> <li>26. Референтные группы и их влияние на поведение индивида, модели персонального влияния, персональное влияние в маркетинговой стратегии.</li> <li>27. Влияние семьи и домашнего хозяйства, роли членов семьи при совершении покупки</li> <li>28. Поведение потребителей-организаций на деловых рынках.</li> <li>29. Покупательское поведение на деловых рынках и факторы его формирующие.</li> <li>30. Поведение потребителей и маркетинговые решения.</li> <li>31. Характеристика поведения потребителей.</li> <li>32. Принципы понимания потребительского поведения.</li> <li>33. Инструменты влияния на поведение потребителей.</li> <li>34. Положения исследований мотивации и поведения потребителей</li> <li>35. Сущность анализа поведения потребителей.</li> <li>36. Методы, инструменты и подходы к анализу поведения потребителей.</li> <li>37. Построения кривых безразличия.</li> <li>38. Опросы и анкетирование.</li> <li>39. ABC-XYZ – анализ.</li> <li>40. RFM – исследования</li> <li>41. Управление потребностями потребителей. Сущность и особенности</li> </ol>	
--	--	--

<p>Зачет: компьютерное тестирование и собеседование в онлайн по вопросам (при необходимости)</p>	<p>Вариант теста состоит из 15 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)</p> <p>1. СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, влияющие на покупку:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. семья</li> <li>2. культура</li> <li>3. лидер мнения</li> <li>4. ситуационное влияние</li> <li>5. восприятие</li> <li>6. убеждение</li> <li>7. усвоения</li> </ol> <p>2. СВЯЗЬ МЕЖДУ НОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И ХРАНЯЩИМИСЯ В ПАМЯТИ ИНДИВИДА ЗНАНИЯМИ (ЧИСЛО СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РАЗДРАЖИТЕЛЕМ, ОПЫТОМ И ЦЕЛЬЮ)</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>3. СБОР НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИИ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ</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>4. ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ И КОРРЕКТИРОВКА ИНФОРМАЦИИ ПО 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> </ol>	<p>ПК-4: ИД-ПК-4.3 ПК-5: ИД-ПК-5.1</p>
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>6. генерализация (обобщение)</li> <li>7. двойное кодирование</li>   <li>5. Составляющие ситуации покупки: <ul style="list-style-type: none"> <li>1. причина</li> <li>2. окружение</li> <li>3. анализ имиджа</li> <li>4. время</li> <li>5. благосостояние</li> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ul> </li> <li>6. Потребление, мотивированное желанием продемонстрировать окружающим свою успешность <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> </li> <li>7. Изучение знаний или представлений потребителей об атрибутах товара / фирмы и связанных с ним ассоциациях <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> </li> <li>8. Влияние, осуществляющееся за счет различных факторов, имеющих место в определенное время и в определенном месте и не зависящих от потребителей и объектов <ul style="list-style-type: none"> <li>1. ситуационное влияние</li> <li>2. инновация</li> <li>3. распространение, диффузия</li> <li>4. непрерывные инновации</li> <li>5. динамически непрерывные инновации</li> <li>6. прерывистые инновации</li> <li>7. новатор</li> </ul> </li> <li>9. Любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые</li> </ul>	
--	---	--

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ситуационное влияние</li> <li>2. инновация</li> <li>3. распространение, диффузия</li> <li>4. непрерывные инновации</li> <li>5. динамически непрерывные инновации</li> <li>6. прерывистые инновации</li> <li>7. новатор</li> </ol> <p>10. Психологические переменные, влияющие на покупку:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ситуационное влияние</li> <li>2. инновация</li> <li>3. мотивация</li> <li>4. восприятие</li> <li>5. убеждение</li> <li>6. усвоения</li> <li>7. новатор</li> </ol>	
--	---	--

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

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
<p>Наименование оценочного средства</p> <p>Зачет в письменно-устной форме по вопросам/ компьютерное тестирование (собеседование в онлайн в дополнение к компьютерному тестированию)</p>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в</li> </ul>		<p>5</p> <p>85%- 100%</p>

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>вопросе;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– свободно выполняет практические задания повышенной сложности, 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 логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно отвечает на дополнительные вопросы средней сложности,</li> <li>– демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе учебной работы.</li> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание вопросов, имеются несущественные неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		<p>4</p> <p>70%- 84%</p>
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания базового материала, которые отличаются поверхностностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> <li>– не может в полном объеме обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, представления о межпредметных связях слабые;</li> <li>– знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы.</li> </ul> <p>Содержание вопроса раскрыто на базовом уровне, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы, ответ</p>		<p>3</p> <p>50%- 69%</p>

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система	
	носит репродуктивный характер.			
	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
<b>Итого за семестр (дисциплину) зачёт</b>		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
<b>10.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>							
1.	Драганчук Л.С.	Поведение потребителей	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2018	<a href="http://znanium.com/catalog/product/949261">http://znanium.com/catalog/product/949261</a>	–
2.	Меликян О.М.	Поведение потребителей	Учебник	М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К"	2020	<a href="http://znanium.com/catalog/product/358513">http://znanium.com/catalog/product/358513</a>	–
3.	Романенкова О.Н. и др.	Поведение потребителей	Учебник	М.: ИНФРА-М	2020	<a href="http://znanium.com/catalog/product/356056">znanium.com/catalog/product/356056</a>	–
<b>10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>							
1.	Антонова Н.В.	Психология потребительского поведения, рекламы и PR	Учебное пособие	М.: ИНФРА-М	2022	<a href="https://znanium.com/product/387616">https://znanium.com/product/387616</a>	-
2.	Наумов В.Н.	Поведение потребителей	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2020	<a href="http://znanium.com/catalog/product/357779">http://znanium.com/catalog/product/357779</a>	–
3.	Казаков С.П.	Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме	Монография	М.: РИОР, ИНФРА-М	2021	<a href="https://znanium.com/product/389742">https://znanium.com/product/389742</a>	5
<b>10.3 Методические материалы (указания), рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина</b>							
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» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
2.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Информационно-правовой портал Гарант.ру <a href="https://www.garant.ru/">https://www.garant.ru/</a>
2.	Информационно-правовой портал Консультант-плюс <a href="https://www.consultant.ru/">https://www.consultant.ru/</a>
3.	Официальный сайт ЦБ РФ <a href="https://cbr.ru/">https://cbr.ru/</a>
4.	Официальный сайт Росстата РФ <a href="https://rosstat.gov.ru/">https://rosstat.gov.ru/</a>
5.	Официальный сайт Росбизнесконсалтинг <a href="https://www.rbc.ru/">https://www.rbc.ru/</a>

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:

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