

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.09.2023 17:14:06  
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 Экономике и менеджмента  
Кафедра Экономике и менеджмента

---

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Управление потребительским поведением

---

|   |                              |
|---|------------------------------|
| Уровень образования   | Бакалавриат                  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент          |
| Профиль   | Маркетинг и бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года 6 месяцев             |
| Форма обучения  | Очно-заочная                 |

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление потребительским поведением» 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 «Управление потребительским поведением» изучается в девятом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

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

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

- Экономика организаций (предприятий);
- Стратегический маркетинг;
- Теория вероятностей 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 «Управление потребительским поведением» являются:

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

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

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

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



|           |        |     |    |    |  |  |  |    |  |
|-----------|--------|-----|----|----|--|--|--|----|--|
| 9 семестр | зачет  | 108 | 24 | 24 |  |  |  | 60 |  |
|           | Всего: | 108 | 24 | 24 |  |  |  | 60 |  |

## 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/индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час |                             |  |
| <b>Девятый семестр</b>   |  |                     |                           |   |                              |                             |  |
| ПК-4:<br>ИД-ПК-4.3<br>ПК-5:<br>ИД-ПК-5.1   | Лекции<br>Тема 1 Поведение потребителей, понятие и сущность. Исследование личности, ценностей и стилей жизни потребителей            | 3                   |                           |   |                              | 3                           | Формы текущего контроля: устный опрос, дискуссия, индивидуальное задание, выполнение практических заданий                                      |
|  | Тема 2 Восприятие информации, внимание и обучение потребителей   | 3                   |                           |   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 3 Процесс принятия решения о покупке, осознание потребности и оценка вариантов  | 3                   |                           |   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 4 Покупка и процессы после покупки  | 3                   |                           |   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 5 Знания и отношения потребителей в процессе покупки  | 3                   |                           |   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 6 Влияние среды: культуры и субкультуры, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйства                                 | 3                   |                           |   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 7 Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения                         | 3                   |                           |   |                              | 3                           |  |
|  | Тема 8 Анализ поведения потребителей. Управление потребительским поведением  | 3                   |                           |   |                              | 3                           |  |
|  | Практические занятия   |                     |                           |   |                              |                             |  |
|  | Практическое занятие № 1<br>Поведение потребителей, понятие и сущность. Исследование личности, ценностей и стилей жизни потребителей |                     | 3                         |   |                              | 4                           |  |
|  | Практическое занятие № 2   |                     | 3                         |   |                              | 4                           |  |

| 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 |                             |   |
|  | Восприятие информации, внимание и обучение потребителей   |                     |                           |  |                              |                             |   |
|  | Практическое занятие № 3<br>Процесс принятия решения о покупке, осознание потребности и оценка вариантов                          |                     | 3                         |  |                              | 5                           |   |
|  | Практическое занятие № 4<br>Покупка и процессы после покупки  |                     | 3                         |  |                              | 5                           |   |
|  | Практическое занятие № 5<br>Знания и отношения потребителей в процессе покупки  |                     | 3                         |  |                              | 4                           |   |
|  | Практическое занятие № 6<br>Влияние среды: культуры и субкультуры, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйства         |                     | 3                         |  |                              | 5                           |   |
|  | Практическое занятие № 7<br>Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения |                     | 3                         |  |                              | 4                           |   |
|  | Практическое занятие № 8<br>Анализ поведения потребителей. Управление потребительским поведением                                  |                     | 3                         |  |                              | 5                           |   |
|  | Зачет   |                     |                           |  |                              |                             | зачет по совокупности результатов текущего контроля успеваемости либо в письменно-устной форме по вопросам согласно программе зачета/ по результатам тестирования |
|  | <b>ИТОГО девятый семестр</b>  | <b>24</b>           | <b>24</b>                 |  |                              | <b>60</b>                   |   |
|  | <b>ИТОГО за весь период</b>   | <b>24</b>           | <b>24</b>                 |  |                              | <b>60</b>                   |   |

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

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

### 3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

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

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

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

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

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

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

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

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

### 3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

| использование ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объем, час | включение в учебный процесс                  |
|------------------------|------------------------|------------|--|
| смешанное обучение     | Лекции                 | 24         | 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<br>ИД-ПК-4.3<br>ПК-5<br>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<br>(зачтено)                                   |  |  | Обучающийся:<br>– в большинстве случаев способен провести анализ конкретной управленческой ситуации, связанной с анализом поведения потребителей;<br>– дает, профессионально грамотные ответы на вопросы.<br>– ориентируется в учебной и профессиональной литературе;  |
| Базовый    | 41 – 64 | Удовлетворительно<br>/ удовлетворительно<br>(зачтено)        |  |  | Обучающийся:<br>– в целом демонстрирует знания основной части учебной литературы по дисциплине;<br>– с неточностями излагает терминологию по практическому применению основ анализа поведения потребителей;<br>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/<br>неудовлетворительно<br>( не зачтено) |  |  | Обучающийся:<br>– не способен проводить анализ конкретной управленческой ситуации, связанной с анализом поведения потребителей;<br>- 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 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие о поведении покупателей.</li> <li>2. Психологические переменные, влияющие на покупку.</li> <li>3. Социальные факторы, влияющие на покупку.</li> <li>4. Понятие ситуации покупки.</li> <li>5. Понятие о процессе решения проблемы покупки.</li> <li>6. Варианты анализа рынка (с учетом демографии, возраста и других)</li> <li>7. Специфика методов анализа поведения потребителей.</li> <li>8. Сущность и специфика управления потребительским поведением</li> </ol> | ПК-4:<br>ИД-ПК-4.3<br>ПК-5:<br>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) <ol style="list-style-type: none"> <li>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> </li> </ol>  | ПК-4:<br>ИД-ПК-4.3<br>ПК-5:<br>ИД-ПК-5.1 |

| №<br>пп | Формы текущего<br>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> </ol> |                         |

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

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

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

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

| средства<br>(контрольно-<br>оценочного<br>мероприятия)        |   | 100-балльная<br>система | Пятибалльная<br>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<br>экспресс-<br>опрос/компьютерное<br>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%-<br>100%          |
|   | Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.   |                         | 4                       | 70%-<br>84%           |
|   | Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.  |                         | 3                       | 50%-<br>69%           |
|   | Работа не выполнена либо допущены грубые ошибки.  |                         | 2                       | 50% и<br>менее<br>50% |
| Дискуссия   | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и |                         | 5                       |                       |

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



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

### 5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации                  | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:   | Формируемая компетенция                            |
|---|---|--|
| Зачет :<br>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 потребности потребителем и оценка возможных вариантов.</li> <li>12. Стадии и правила принятия решения о покупке</li> <li>13. Покупка, действия потребителей во время осуществления покупки и постпокупочные</li> </ol> | <p>ПК-4:<br/>ИД-ПК-4.3<br/>ПК-5:<br/>ИД-ПК-5.1</p> |

|                        |  |                    |
|------------------------|--|--------------------|
|                        | <p>процессы.</p> <ol style="list-style-type: none"> <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> |                    |
| Зачет:<br>компьютерное | Вариант теста состоит из 15 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)  | ПК-4:<br>ИД-ПК-4.3 |

|  |   |                            |
|--|---|----------------------------|
| <p>тестирование и собеседование в онлайн по вопросам (при необходимости)</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> <li>6. генерализация (обобщение)</li> <li>7. двойное кодирование</li> </ol> | <p>ПК-5:<br/>ИД-ПК-5.1</p> |
|--|---|----------------------------|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <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> <li>6. власть</li> <li>7. внимание</li> </ol> <p>6. 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>7. Изучение знаний или представлений потребителей об атрибутах товара / фирмы и связанных с ним ассоциациях</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>8. Влияние, осуществляющееся за счет различных факторов, имеющих место в определенное время и в определенном месте и не зависящих от потребителей и объектов</p> <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>9. Любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ситуационное влияние</li> <li>2. инновация</li> <li>3. распространение, диффузия</li> </ol> |  |
|--|--|--|

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

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

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

| Форма промежуточной аттестации   | Критерии оценивания  | Шкалы оценивания     |                            |
|----------------------------------|--|----------------------|----------------------------|
| Наименование оценочного средства |  | 100-балльная система | Пятибалльная система       |
|                                  | числе из собственной практики.   |                      |                            |
|                                  | <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> |                      | 4<br>70%-<br>84%           |
|                                  | <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 носит репродуктивный характер.</p>                            |                      | 3<br>50%-<br>69%           |
|                                  | <p>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.</p>  |                      | 2<br>50% и<br>менее<br>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<br>хорошо                        |
| <b>Итого за семестр (дисциплину) зачёт</b>              |                      | удовлетворительно<br>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:<br>– ноутбук;<br>– 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:<br>– ноутбук,<br>– проектор                       |
| Помещения для самостоятельной работы обучающихся   | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся  |
| читальный зал библиотеки:  | – компьютерная техника;<br>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»<br><a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>                        |
| 2.  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»<br><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<br>(Photoshop, Lightroom, Illustrator,<br>InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro,<br>Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media<br>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<br/>обновления<br/>РПД</b> | <b>характер изменений/обновлений<br/>с указанием раздела</b> | <b>номер протокола<br/>и дата заседания<br/>кафедры</b> |
|-------------|-----------------------------------|--|---|
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |
|             |                                   |  |   |