|  |  |
| --- | --- |
| Министерство науки и высшего образования Российской Федерации | |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение | |
| высшего образования | |
| «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина | |
| (Технологии. Дизайн. Искусство)» | |
|  | |
| Институт | Экономики и менеджмента |
| Кафедра | Коммерции и сервиса |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Поведение потребителей** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 43.03.01 | Сервис |
| Профиль | Управление сервис-процессами в сфере обслуживания | |
| Срок освоения образовательной программы по  очной форме обучения | 4 года | |
| Формы обучения | очная, заочная | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины «Поведение потребителей» основной профессиональной образовательной программы высшего образования*,* рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 12 от 08.06.2021 г. | | |
| Разработчик рабочей программы учебной дисциплины Поведение потребителей | | |
|  | доцент | Политова Р.В. |
|  |  |  |
| Заведующий кафедрой | | Мишаков В.Ю. |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Поведение потребителей» изучается в шестом семестре.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации:

зачёт

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Поведение потребителей» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.
      2. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам в бакалавриате:
    - Сервисная деятельность
    - Сервисология;
    - Деловые переговоры и деловая переписка.
      1. Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:
* Производственная практика. Сервисная практика;
* Интегрированные маркетинговые коммуникации;
* Технологии продаж.

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения учебной дисциплины «Поведение потребителей» является получение знаний одинаково

* + - формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
    - формирование навыков анализа социально-экономических, мотивационных и ситуационных факторов поведения потребителей, с путями эффективного его регулирования и оптимизации
    - формирование у обучающихся компетенции, установленной образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      1. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

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

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора  достижения компетенции | Планируемые результаты  обучения по дисциплине |
| --- | --- | --- |
| ПК-2  Способен к предоставлению услуг в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями, партнерами, организациями | ИД-ПК-2.1  Осуществление делового общения и бизнес-коммуникаций, их особенности в зависимости от характеристик бизнеса | * Различает характеристики приобретения, потребления и распоряжения товаров потребителями; принципов понимания поведения и прав потребителей; * Умеет выделить характеристики отслеживания поведения потребителя без контакта и при контакте с ним; * Различает факторы поведения потребителей на сервисных рынках для развития системы клиентских отношений; * Демонстрирует знание источников спроса и предложения; * Рассматривает управление характеристиками воздействующих факторов и элементов культуры, мировоззренческих и поведенческих аспектов личности в соответствии с уровнем культуры |
| ИД-ПК-2.2  Применение теоретических положений и учет особенностей деятельности различных предприятий сервиса в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |
| по заочной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий

## (очная форма обучения)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Структура и объём дисциплины | | | | | | | | | |
| Объём дисциплины по семестрам | Форма промежуточной аттестации | Всего, час | Контактная аудиторная работа, час | | | | Самостоятельная работа обучающегося, час | | |
| Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные занятия, час | Практическая подготовка, час | Курсовая работа | Самостоятельная работа обучающегося, час | Промежуточная аттестация, час |
| 6 семестр | зачёт | 108 | 30 | 30 | – | – | – | 48 | – |
| Всего |  | 108 | 30 | 30 | – | – | – | 48 | – |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий

## (заочная форма обучения)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Структура и объём дисциплины | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины по семестрам | Форма промежуточной аттестации | Всего, час | Контактная аудиторная работа, час | | | | Самостоятельная работа обучающегося, час | | |
| Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные  занятия, час | Практическая  подготовка, час | Курсовая работа | Самостоятельная работа  обучающегося, час | Промежуточная аттестация, час |
| 4 курс | | | | | | | | | |
| установочная  сессия |  | 72 | 6 | 6 | – | – | – | 60 | – |
| зимняя сессия | зачёт | 36 | – | – | – | – | – | 32 | 4 |
| Всего | – | 108 | 6 | 6 | – | – | – | 92 | 4 |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины (очная форма обучения)

| Планируемые  (контролируемые) результаты  освоения:  коды формируемых компетенций и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем;  виды самостоятельной работы обучающегося;  форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная  работа, час | Виды и формы контрольных  мероприятий, обеспечивающие по  совокупности текущий контроль  успеваемости, включая контроль  самостоятельной работы обучающегося;  формы промежуточного контроля  успеваемости |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Контактная работа | | | |
| Лекции, час | Практические  занятия, час | Лабораторные  работы, час | Практическая подготовка, час |
|  | Шестой семестр | | | | | | |
| ПК-2  ИД-ПК-2.1  ИД-ПК-2.2 | Лекция: Тема 1. Введение. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей | 4 | – | – | – | 3 | Формы текущего контроля  по дисциплине:   1. выступление с презентацией 2. эссе 3. текущее компьютерное тестирование по темам 4. индивидуальное задание |
| Лекция: Тема 2. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей | 4 | – | – | – | 3 |
| Лекция: Тема 3. Процесс принятия решения человеком о покупке, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов | 4 | – | – | – | 3 |
| Лекция: Тема 4. Покупка и процессы после покупки | 4 | – | – | – | 3 |
| Лекция: Тема 5. Ресурсы потребителей. Знания и отношения потребителей в процессе покупки | 4 | – | – | – | 3 |
| Лекция: Тема 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства | 4 | – | – | – | 3 |
| Лекция: Тема 7. Влияние ситуационных факторов. Диффузия инноваций | 4 | – | – | – | 3 |
| Лекция: Тема 8. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения | 2 | – | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 1. Введение. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей | – | 4 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 2. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей | – | 4 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 3. Процесс принятия решения человеком о покупке, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов | – | 4 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 4. Покупка и процессы после покупки | – | 4 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 5. Ресурсы потребителей. Знания и отношения потребителей в процессе покупки | – | 4 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства | – | 4 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 7. Влияние ситуационных факторов. Диффузия инноваций | – | 4 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 8. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения | – | 2 | – | – | 3 |
|  | Зачёт | – | – | – | – | – | Защита индивидуального задания,  Зачёт по совокупности результатов текущего контроля успеваемости и защиты индивидуального задания |
|  | ИТОГО за шестой семестр | 30 | 30 | – | – | 48 |  |
|  | ИТОГО за весь период | 30 | 30 | – | – | 48 |  |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины (заочная форма обучения)

| Планируемые  (контролируемые) результаты  освоения:  коды формируемых компетенций и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем;  виды самостоятельной работы обучающегося;  форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная  работа, час | Виды и формы контрольных  мероприятий, обеспечивающие по  совокупности текущий контроль  успеваемости, включая контроль  самостоятельной работы обучающегося;  формы промежуточного контроля  успеваемости |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Контактная работа | | | |
| Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы, час | Практическая подготовка, час |
|  | Четвёртый курс Установочная сессия | | | | | | |
| ПК-2  ИД-ПК-2.1  ИД-ПК-2.2 | Лекция: Тема 1. Введение. Личность, психография, стили жизни потребителей  Тема 2. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей  Тема 3. Процесс принятия решения человеком о покупке, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов | 2 | – | – | – | 12 | Формы текущего контроля  по дисциплине:  индивидуальное задание |
| Лекция: Тема 4. Покупка и процессы после покупки | 1 | – | – | – | 4 |
| Лекция: Тема 5. Ресурсы потребителей. Знания и отношения потребителей в процессе покупки | 1 | – | – | – | 4 |
| Лекция: Тема 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства | 1 | – | – | – | 4 |
| Лекция: Тема 7. Влияние ситуационных факторов. Диффузия инноваций  Тема 8. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения | 1 | – | – | – | 8 |
| Практическое занятие: Тема 1. Введение. Личность, психография, стили жизни потребителей  Тема 2. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей  Тема 3. Процесс принятия решения человеком о покупке, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов | – | 2 | – | – | 12 |
| Практическое занятие: Тема 4. Покупка и процессы после покупки | – | 1 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 5. Ресурсы потребителей. Знания и отношения потребителей в процессе покупки | – | 1 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства | – | 1 | – | – | 3 |
| Практическое занятие: Тема 7. Влияние ситуационных факторов. Диффузия инноваций  Тема 8. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения | – | 1 | – | – | 7 |
|  | Итого Установочная сессия | 6 | 6 | – | – | 60 |  |
|  | Зимняя сессия |  |  |  |  |  |  |
|  | Самостоятельная работа | – | – | – | – | 32 | Формы текущего контроля  по дисциплине:  Защита индивидуального задания |
|  | Зачёт | – | – | – | – | 4 | Формы промежуточного контроля  по дисциплине:  Компьютерное тестирование,  зачёт как среднеарифметическая результатов компьютерного тестирования и оценки по защите индивидуального задания |
|  | Итого Зимняя сессия | – | – | – | – | 36 |  |
|  | Всего | 6 | 6 | – | – | 96 |  |

## Краткое содержание учебной дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № пп | Наименование темы  дисциплины | Содержание темы |
| Тема 1 | Введение. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей | Введение в дисциплину «Поведение потребителей». Основные подходы к изучению личности: Психоаналитическая теория личности Фрейда З., Социально-психологическая теория личности Хорни К., Теория черт личности Кеттела Р., Феноменологическая теория личности Роджерса К.; Теория характерных особенностей личности и измерения поведения, Личные ценности индивида, Стили жизни: системы VALS, VALS2, LOV; Категории потребностей, Основные теории мотивации, Роль заинтересованности и эмоций в мотивации; Самовосприятие, его роль в поведении индивида |
| Тема 2 | Восприятие информации, внимание и обучение потребителей | Восприятие информации, внимание и обучение потребителей как факторы потребительского поведения: Процесс обработки информации потребителем, Условия экспозиции для осуществления контакта, Характеристики внимания, Запоминание и усиление запоминаемости, Процесс интерпретации; Факторы, оказывающие влияние на понимание; Закон М. Вебера и подсознательное убеждение, Убеждение: периферийное и центральное, Система хранения информации, Основные типы бизнес-обучения, Эффективность бизнес-обучения потребителей |
| Тема 3 | Процесс принятия решения человеком о покупке, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов | Процесс принятия решения потребителями о покупке: Модель и стадии покупательского поведения, Переменные влияния на принятие решения о покупке, Отличия расширенного и ограниченного решений, Условия расширенного решения проблемы, Активизация потребности ознакомление и анализ, предпокупочные процессы, осознание потребности потребителем и оценка возможных вариантов, Основные и специфические критерии оценки, Классификация источников информации для процесса её поиска (2 стадия процесса принятия решения. Поиск информации, Факторы, влияющие на поиск информации, Метод "отсечек" и "сигналов качества", использование и распоряжение, Предпокупочная оценка вариантов (3 стадия принятия решения), Правила принятия решения о покупке |
| Тема 4 | Покупка и процессы после покупки | Покупка, действия потребителей во время осуществления покупки и постпокупочные процессы: Стадии процесса принятия покупательских решений, Факторы прерывания процесса решения о покупке, Обстоятельства появления сомнений потребителя в выборе покупки, Характеристики типов покупки, Источники покупки и их выбор, Оценочные критерии розничного магазина, Прямой маркетинг – стимул влияния на потребителя, Поведение в процессе потребления (5 стадия процесса принятия решения), Типы потребления, Оценка после покупки (6 стадия процесса принятия решения), Освобождение от продукта (7 стадия принятия решения) |
| Тема 5 | Ресурсы потребителей. Знания и отношения потребителей в процессе покупки | Измерение и восприятие дохода, Товары (услуги) и время, Информационные, когнитивные и финансовые ресурсы: Ресурсы времени, Содержание и организация  потребительских знаний, Когнитивные ресурсы, внутренние и внешние знания; Понятие установки, компоненты установки; Основные свойства установок, Методики измерения установок, Измерение отношений потребителей отношения потребителей к процессу покупки, Соответствие измерений и факторы |
| Тема 6 | Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства | Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация: Понятие «культура», Усвоение потребителями культурных ценностей; Измерение культуры по типологии Ховстеде Г., её использование в сегментировании; Социальный класс: переменные и их относительная значимость, Взаимосвязь уровня дохода и социального класса, Проявление влияния высших классов на низшие, Социальная стратификация, Осознание потребности социального класса и определение оценочных критериев. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства: Референтные группы и их влияние на поведение индивида, Модели персонального влияния, Персональное влияние в маркетинговой стратегии, Влияние «Семьи»,  «домашнего хозяйства», Отношения между покупателем и потребителем, Инструментальные и экспрессивные роли в семье, Возможные роли членов семьи при совершении покупки |
| Тема 7 | Влияние ситуационных факторов. Диффузия инноваций | Влияние ситуационных факторов: Типы и основные характеристики потребительских ситуаций, Информационная среда и её параметры, Понятие «атмосфера магазина» и её значение. Диффузия инноваций: Инновации, различия между непрерывными, динамически непрерывными и простыми инновациями; Характеристики успешных инноваций, Процесс принятия решения об инновациях, Диффузия инноваций и факторы её определяющие, Типы потребителей в диффузии инноваций |
| Тема 8 | Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения | Поведение потребителей-организаций на деловых рынках: Описание деловых рынков и покупателей, Мотивация организации-покупателя на деловом рынке, Модель поведения организации-покупателя как индивида, "Закупочный центр" организации-покупателя, его участники, их роли и функции, Основные возможные ситуации закупок в промышленной среде и тактические действия поставщиков, Покупательское поведение на деловых рынках и факторы его формирующие. Поведение потребителей и маркетинговые решения: Характеристика поведения потребителей, Основные принципы понимания потребительского поведения, Основные инструменты влияния на поведение потребителей, Первые шаги включения наук о поведении в практику маркетинга, Основные положения исследований мотивации и поведения потребителей, Сущность концепции пожизненной ценности клиента |

## Организация самостоятельной работы обучающихся

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

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

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

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

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

подготовку к лекциям, практическим занятиям, экзамену;

изучение учебных пособий;

изучение тем, не выносящихся на лекции и практические занятия, самостоятельно;

изучение теоретического материала по рекомендованным источникам;

подготовка докладов, эссе;

подготовка к тестированию;

подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;

создание презентаций по изучаемым темам и др.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

дискуссия,

тестирование,

проведение консультаций по написанию индивидуальной работы;

консультации по организации самостоятельного изучения отдельных тем, базовых понятий учебных дисциплины.

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

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

## Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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

Учебная деятельность частично проводится на онлайн-платформе за счёт применения учебно-методических электронных образовательных ресурсов:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| использование  ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объём, час | включение в учебный процесс |
| обучение  с веб-поддержкой | учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 1 категории | 48 | организация самостоятельной работы обучающихся |
| учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 2 категории | 4 | в соответствии с расписанием текущей/промежуточной аттестации |

ЭОР обеспечивают в соответствии с программой дисциплины:

* организацию самостоятельной работы обучающегося, включая контроль знаний обучающегося (самоконтроль, текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию),
* методическое сопровождение и дополнительную информационную поддержку электронного обучения (дополнительные учебные и информационно-справочные материалы).

Текущая и промежуточная аттестации по онлайн-курсу проводятся в соответствии с графиком учебного процесса и расписанием.

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ

# КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

## Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций

| Уровни  сформированности компетенции | 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  компетенции | общепрофессиональной  компетенции | профессиональной  компетенции |
| ПК-2  ИД-ПК-2.1  ИД-ПК-2.2 | | |
| высокий | – | зачтено | Обучающийся:   * исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения; * показывает творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании оценки действий потребителей; * дополняет теоретическую информацию сведениями практического характера; * способен провести целостный анализ поведения конкретных групп потребителей; * свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе; * даёт развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные | | |
| повышенный | – | зачтено | Обучающийся:   * достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия; * анализирует поведение потребителей с незначительными пробелами; * способен провести анализ большей части действий потребителей; * допускает единичные негрубые ошибки; * достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе; * ответ отражает знание теоретического и практического материала, не допуская существенных неточностей | | |
| базовый | – | зачтено | Обучающийся:   * демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в необходимом для дальнейшего освоения ОПОП объёме; * с неточностями излагает принятую в отечественной и зарубежной трактовке действий потребителей; * анализируя действия потребителей, с затруднениями прослеживает логику мотивов их поведения; * демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине; * ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения, допускаются грубые ошибки | | |
| низкий | – | не зачтено | Обучающийся:   * демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; * не способен проанализировать школы, модели и стили лидерства, * не владеет методами формирования команд; * ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы | | |

# ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ

# АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

* + - 1. 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.

## Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля | * + - 1. Примеры типовых заданий |
| --- | --- | --- |
|  | Темы эссе, выступления с презентацией по дисциплине | 1. Теории личности. Теория характерных особенностей личности 2. Бренд, личность бренда и типы личности при принятии решений о покупке 3. Личные ценности, шкала ценностей М. Рокича |
|  | Тест  по разделу темам 1-4 | Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)  1. Воздействие на потребителя с целью получения прямого отклика – это  1. Прямой маркетинг  2. Ритуалы потребления  3. Вынужденное потребление  4. Положительное неподтверждение  5. Отрицательное неподтверждение  2. Выработанная или установленная модель привычного символического поведения, для которого характерна периодичность и неизменная последовательность – это  1. Прямой маркетинг  2. Ритуалы потребления  3. Вынужденное потребление  4. Положительное неподтверждение  5. Отрицательное неподтверждение  3. Действия в сфере потребления, являющиеся неуместными, чрезмерными или даже вредными для индивида – это  1. Прямой маркетинг  2. Ритуалы потребления  3. Вынужденное потребление  4. Положительное неподтверждение  5. Отрицательное неподтверждение  4. Воздействие на потребителя с целью получения прямого отклика   1. Модель оправдания ожиданий 2. Прямой маркетинг 3. Ритуалы потребления 4. Вынужденное потребление 5. Положительное неподтверждение 6. Отрицательное неподтверждение 7. Простое подтверждение   5. Денежная сумма, полученная в виде заработной платы (оплаты труда), дивидендов и доходов с личного имущества   1. Доход 2. Благосостояние 3. Стиль использования времени 4. Дискретное (свободное) время 5. Полихрония 6. Монохромия 7. Когнитивные (познавательные) ресурсы |
|  | Тест  по темам 5-6 | Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже) |
| * + - 1. 1. Небольшая картонная или пластиковая поверхность с рекламным объявлением, размещенная на тонкой эластичной ножке или пружине       2. 1. вобблер       3. 2. видимое потребление       4. 3. анализ имиджа       5. 4. ассоциативная сеть       6. 5. благосостояние       7. 6. власть       8. 7. внимание       9. 2. Потребление, мотивированное желанием продемонстрировать окружающим свою успешность       10. 1. вобблер       11. 2. видимое потребление       12. 3. анализ имиджа       13. 4. ассоциативная сеть       14. 5. благосостояние       15. 6. власть       16. 7. внимание       17. 3. Изучение знаний или представлений потребителей об атрибутах товара / фирмы и связанных с ним ассоциациях       18. 1. вобблер       19. 2. видимое потребление       20. 3. анализ имиджа       21. 4. ассоциативная сеть       22. 5. благосостояние       23. 6. власть       24. 7. внимание       25. 4. Концепция, согласно которой память состоит из набора узлов, содержащих определения понятий и связей между этими узлами       26. 1. вобблер       27. 2. видимое потребление       28. 3. анализ имиджа       29. 4. ассоциативная сеть       30. 5. благосостояние       31. 6. власть       32. 7. внимание       33. 5. Мера собственного капитала и стоимости имущества семьи       34. 1. вобблер       35. 2. видимое потребление       36. 3. анализ имиджа       37. 4. ассоциативная сеть       38. 5. благосостояние       39. 6. власть  1. 7. внимание |
|  | Тест  по темам 7-8 | Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже) |
| 1. Влияние, осуществляющееся за счет различных факторов, имеющих место в определенное время и в определенном месте и не зависящих от потребителей и объектов  1. ситуационное влияние  2. инновация  3. распространение, диффузия  4. непрерывные инновации  5. динамически непрерывные инновации  6. прерывистые инновации  7. новатор  2. Любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые  1. ситуационное влияние  2. инновация  3. распространение, диффузия  4. непрерывные инновации  5. динамически непрерывные инновации  6. прерывистые инновации  7. новатор  3. Процесс распространения информации об инновации между представителями социальной системы через существующие каналы в течение определенного времени  1. ситуационное влияние  2. инновация  3. распространение, диффузия  4. непрерывные инновации  5. динамически непрерывные инновации  6. прерывистые инновации  7. новатор  4. Постоянные модификации существующего товара  1. ситуационное влияние  2. инновация  3. распространение, диффузия  4. непрерывные инновации  5. динамически непрерывные инновации  6. прерывистые инновации  7. новатор  5. Создание нового товара / модификация существующего, не изменяющие устоявшихся поведенческих паттернов потребителей  1. ситуационное влияние  2. инновация  3. распространение, диффузия  4. непрерывные инновации  5. динамически непрерывные инновации  6. прерывистые инновации  7. новатор |
|  | Индивидуальное задание | Разместить на портале выполненное задание в файле Wordс названием ИЗ ПП Фамилия:  Привести примеры поведения потребителей из собственного опыта обучающихся или из опыта близкого окружения по темам дисциплины ПП для любой организации сервиса (необходимый минимум – 3-5 примеров по 80% тем дисциплины) и 5 закрытых вопросов для фокус-группы по обсуждению проблем в соответствии с темами  Тема 1. Введение. Мотивация и самовосприятие в теориях личности, ценностей и стилей жизни потребителей  Тема 2. Восприятие информации, внимание и обучение потребителей  Тема 3. Процесс принятия решения человеком о покупке, предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов  Тема 4. Покупка и процессы после покупки  Тема 5. Ресурсы потребителей. Знания и отношения потребителей в процессе покупки  Тема 6. Влияние среды: культуры и субкультуры. Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации. Влияние семьи и домохозяйства  Тема 7. Влияние ситуационных факторов. Диффузия инноваций  Тема 8. Поведение потребителей на деловых рынках (рынках B2B). Поведение потребителей и маркетинговые решения |

* 1. **КРИТЕРИИ, ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ:**

| Наименование оценочного  средства  (контрольно-  оценочного  мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 100-балльная  система | Пятибалльная  система | |
| Эссе | Контрольно-оценочное мероприятие проводится в письменной форме в виде эссе и оценивается по балльной шкале.  Критерии оценивания:   * соответствие содержания заявленной теме и полнота её раскрытия; * знание проблемы; * оригинальность и самостоятельность; * логическое и последовательное изложение мыслей; * умение выразить свою собственную позицию с учётом знания социальных проблем современности и ориентирования в современной социально-экономической реальности; * аргументированность (наличие убедительных фактов и доказательств). По каждому критерию присваивается 1 балл.   Количество набранных баллов приравнивается к пятибалльной системе следующим образом:  5 баллов – отлично,  4 балла – хорошо,  2,51-3 балла – удовлетворительно,  0-2,50 балл – неудовлетворительно | – | 5 | |
| – | 4 | |
| – | 3 | |
| – | 2 | |
| Выступление с презентацией | Дан полный, развернутый ответ по теме презентации, показана совокупность осознанных знаний об объекте с использованием схем SmartArt, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по теме выступления, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает | – | 5 | |
| Дан полный, развернутый по теме презентации, показана совокупность осознанных знаний об объекте с использованием схем SmartArt, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. | – | 4 | |
| Тема раскрыта недостаточно полно и недостаточно развернуто. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала | – | 3 | |
| Тема раскрыта неполно, представляет собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь понятий, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие составляющие темы презентации | – | 2 | |
| Индивидуальная 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 объём знаний, умений при освоении пройденных тем и применение их на практике. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи | – | 5 | |
| Работа выполнена полностью, но обоснований примеров недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. Допущены логические ошибки в предъявлении некоторых аргументов или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией, или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Допущены разговорные или просторечные обороты при отсутствии речевых и грамматических ошибок или допущены речевые и грамматические ошибки при отсутствии разговорных, просторечных оборотов и выразительность речи. | – | 4 | |
| Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. Несоответствие большинства аргументов выдвинутому примеру, несоответствие большинства контраргументов высказанным аргументам. Допущены разговорные или просторечные обороты, речевые и грамматические ошибки или отсутствует выразительность речи | – | 3 | |
| Обучающийся не демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского менеджмента. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении или не участвует в обсуждении. | – | 2 | |
| Тест (текущее тестирование по разделам курса) | Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный – ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.  Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе:  «2» – строго менее 55%  «3» – 55-69%  «4» – 70-84%  «5» – 85-100% | – | Балл | Процент |
| 5 | 85-100 |
| – | 4 | 70-84 |
| – | 3 | 55-69 |
| – | 2 | строго менее 55 |

## Промежуточная аттестация

|  |  |
| --- | --- |
| Форма промежуточной  аттестации | Типовые контрольные задания и иные материалы  для проведения промежуточной аттестации |
| Зачёт:  Компьютерное тестирование при дистанционном обучении | Вариант теста состоит из 30 тестовых заданий по дисциплине и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)  1. Связь между новой информацией и хранящимися в памяти индивида знаниями (число связей между раздражителем, опытом и целью)  1. актуализация  2. внешний поиск  3. внутренний поиск  4. восстановление информации (припоминание)  5. гашение (угасание)  6. генерализация (обобщение)  7. двойное кодирование  2. Сбор необходимой информации во внешней среде  1. актуализация  2. внешний поиск  3. внутренний поиск  4. восстановление информации (припоминание)  5. гашение (угасание)  6. генерализация (обобщение)  7. двойное кодирование  3. Небольшая картонная или пластиковая поверхность с рекламным объявлением, размещенная на тонкой эластичной ножке или пружине  1. вобблер  2. видимое потребление  3. анализ имиджа  4. ассоциативная сеть  5. благосостояние  6. власть  7. внимание  4. Потребление, мотивированное желанием продемонстрировать окружающим свою успешность  1. вобблер  2. видимое потребление  3. анализ имиджа  4. ассоциативная сеть  5. благосостояние  6. власть  7. внимание  5. Влияние, осуществляющееся за счет различных факторов, имеющих место в определенное время и в определенном месте и не зависящих от потребителей и объектов  1. ситуационное влияние  2. инновация  3. распространение, диффузия  4. непрерывные инновации  5. динамически непрерывные инновации  6. прерывистые инновации  7. новатор  6. Любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые  1. ситуационное влияние  2. инновация  3. распространение, диффузия  4. непрерывные инновации  5. динамически непрерывные инновации  6. прерывистые инновации  7. новатор |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оценочного  средства | 100-балльная  система | Пятибалльная  система | |
| Зачёт:  компьютерное тестирование | Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за неправильный – ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.  Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе:  «2» – менее 55%  «3» – 55-69%  «4» – 70-84%  «5» – 85-100%. | – | Балл | Процент |
| 5 | 85-100 |
| – | 4 | 70-84 |
| – | 3 | 55-69 |
| – | 2 | строго менее 55 |

## Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Форма контроля | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Текущий контроль: |  |  |
| - выступление с презентацией или подготовка эссе при пропуске практического занятия | *–* | 3-5 зачтено/  2 – не зачтено |
| - текущее компьютерное тестирование | *–* | 3-5 зачтено/  2 – не зачтено |
| - индивидуальное задание | *–* | 3-5 зачтено/  2 – не зачтено |
| Промежуточная аттестация  Зачёт | *–* | 3-5 зачтено/  2 – не зачтено |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:
    - проблемная лекция;
    - тренингов с использованием приложения / сайта NeuroNation – тренировка мозга;
    - поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
    - применение электронного обучения;
    - самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины не реализуется.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются 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.
      2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
      3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
      4. Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
      5. 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.).
      6. 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.
      7. 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.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. 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, Малая Калужская улица, дом 1, стр.2** | |
| Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины |
| Аудитория №1330 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций) |
| Аудитория №1339 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций) |
| Аудитория №1329 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций) |
| Аудитория №1325:  - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;  - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятии и профилактических работ время). | Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации |
| Помещения для самостоятельной работы  обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной  работы обучающихся |
| читальный зал библиотеки | * компьютерная техника; подключение к сети «Интернет» |

* + - 1. 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 | 640х480, 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.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Автор(ы) | Наименование издания | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство | Год  издания | Адрес сайта ЭБС  или электронного ресурса | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
| 10.1 Основная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
|  | Романенкова О.Н. и др. | Поведение потребителей | Учебник | М.: ИНФРА-М | 2020 | znanium.com/catalog/ product/356056 | − |
|  | Меликян О.М. | Поведение потребителей | Учебник | М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" | 2020 | [http://znanium.com/](https://znanium.com/catalog/ product/358513) [catalog/product/358513](https://znanium.com/catalog/ product/358513) | − |
|  | Драганчук Л.С. | Поведение потребителей | Учебное пособие | М.: НИЦ ИНФРА-М | 2018 | http://znanium.com/ catalog/product/949261 | − |
|  | Антонова Н.В. | Психология потребительского поведения, рекламы и PR | Учебное пособие | М.: ИНФРА-М | 2022 | https://znanium.com/ product/387616 |  |
| 10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1. 1 | Наумов В.Н. | Поведение потребителей | Учебное  пособие | М.: НИЦ ИНФРА-М | 2020 | [[http://znanium.com/catalog/](https://znanium.com/read?id=357779)](http://znanium.com/catalog/)  [product/357779](https://znanium.com/read?id=357779) | − |
| 1. 3 | Политова Р.В. | Поведение потребителей  в схемах. Часть 1 | Учебное пособие | М.: РГУ им. А.Н. Косыгина | 2017 | Локальная сеть университета | 5 |
| 1. 4 | Казаков С.П. | Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме | Монография | М.: РИОР,  ИНФРА-М | 2021 | [https://znanium.com/ product/389742](https://znanium.com/read?id=389742) | 5 |
| 10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина | | | | | | | |
|  | Политова Р.В. | Поведение потребителей. Часть 2 | Учебное пособие | М.: РГУ им. А.Н. Косыгина. – 32с. | 2018 | – | 5  20 на кафедре |
|  | Ордынец А.А. | Методические рекомендации по организацию самостоятельной работы обучающихся | Методические рекомендации | Утверждено на заседании кафедры коммерции и сервиса, протокол № 12 от 08.06.21 | 2021 | – | 20 на кафедре |

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

## Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных

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

## 

## Перечень программного обеспечения

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

### ЛИСТ УЧЁТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Год**  **обновления РПД** | **Характер изменений/обновлений**  **с указанием раздела** | **Номер**  **протокола и дата заседания**  **кафедры** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |