

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр заочного и дистанционного обучения



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Поведение потребителей Б1.В.ДВ.15

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2018

Автор(ы): Каленская Н.В., Каленская Наталья Валерьевна

Рецензент(ы): Новикова Е.Н.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры № ____ от "____" ____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного и дистанционного обучения):

Протокол заседания УМК № ____ от "____" ____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Каленская Н.В. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Natalya.Kalenskaya@kpfu.ru ; Каленская Наталья Валерьевна

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-13	умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
ПК-14	умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
ПК-15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
ПК-16	владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
ПК-18	владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-4	умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- методы структуризации общих потребностей;

- систему методов изучения и прогнозирования будущих нужд, запросов и предпочтений потенциальных потребителей;
- модели покупательского поведения и факторы, влияющие на него;
- последовательность проведения анализа возможностей освоения рынка;
- современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров и услуг;

Должен уметь:

- определять структуру удовлетворенных и неудовлетворенных потребностей потребителей;
- выявлять факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей на рынке в целом;
- выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей;
- моделировать покупательское поведение, подводя потребителя к принятию решения о покупке.

Должен владеть:

методами разработки и реализации маркетинговых программ в плане изучения и управлении поведением потребителей.

Должен демонстрировать способность и готовность:

Обладать навыками интерпретации потребительского поведения и разработки предложений по влиянию на потребителя с использованием специальной терминологии.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.15 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе в 9 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 10 часа(ов), практические занятия - 8 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 86 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 9 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Теории потребительского поведения	9	2	0	0	14
2.	Тема 2. Процесс принятия решения о покупке	9	4	2	0	26
3.	Тема 3. Организационное покупательское поведение	9	2	4	0	26
4.	Тема 4. Развитие потребительского общества и институционализация защиты прав потребителей	9	2	2	0	20
	Итого		10	8	0	86

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Теории потребительского поведения

Поведенческая экономика: генезис и научные открытия. Нобелевские премии в области потребительского поведения и поведенческой экономики. Теория потребительского поведения: правило максимизации полезности, эффект дохода и эффект замещения, кривые безразличия.

Психологические теории, адаптированные "Поведением потребителя" Бихевиоризм Б. Ф. Скиннера, концепция А. Бандуры. концепция Дж. Роттера, Я-концепция.

Тема 2. Процесс принятия решения о покупке

Этапы процесса принятия решения о покупке. Потребность, мотивация, мотив, мотивационный конфликт. Типы информационного поиска. Закономерности восприятия и переработки информации потребителем. .

Ситуационные факторы покупки: место покупки, присутствие других. Оценка, отношение, установка.

Удовлетворенность. Лояльность.

Оценка вариантов. Эффект показного потребления.

Тема 3. Организационное покупательское поведение

Сущность и масштаб организационных рынков. Специфика организационного покупательского поведения.

Модели организационного покупательского поведения. Факторы организационного стиля. Роли в закупочном центре. Типы закупочных ситуаций. Процесс организации покупки. Ведение деловых переговоров. Работа с возражениями.

Тема 4. Развитие потребительского общества и институционализация защиты прав потребителей

Цели защиты прав потребителей. Основные права потребителей. Консьюмеризм как организованное движение граждан и государственных органов за расширение прав и влияния покупателей в отношении продавцов. Закон "О защите прав потребителей". Поведение потребителей в местах продаж. Потребительский экстремизм.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Положение от 24 декабря 2015 г. № 0.1.1.67-06/265/15 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 9			
	Текущий контроль		
1	Реферат	ПК-9 , ПК-3	1. Теории потребительского поведения 2. Процесс принятия решения о покупке 3. Организационное покупательское поведение 4. Развитие потребительского общества и институционализация защиты прав потребителей
2	Контрольная работа	ПК-3 , ПК-9	1. Теории потребительского поведения 2. Процесс принятия решения о покупке 3. Организационное покупательское поведение 4. Развитие потребительского общества и институционализация защиты прав потребителей
3	Презентация	ПК-9 , ПК-3	1. Теории потребительского поведения 2. Процесс принятия решения о покупке 3. Организационное покупательское поведение 4. Развитие потребительского общества и институционализация защиты прав потребителей
	Зачет		

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап	
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.		
Семестр 9						
Текущий контроль						
Реферат	Тема раскрыта полностью. Продемонстрировано превосходное владение материалом. Использованы надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы соответствует поставленным задачам. Степень самостоятельности работы высокая.	Тема в основном раскрыта. Продемонстрировано хорошее владение материалом. Использованы надлежащие источники. Структура работы в основном соответствует поставленным задачам. Степень самостоятельности работы средняя.	Тема раскрыта слабо. Продемонстрировано удовлетворительное владение материалом. Использованные источники и структура работы частично соответствуют поставленным задачам. Степень самостоятельности работы низкая.	Тема не раскрыта. Продемонстрировано неудовлетворительное владение материалом. Использованные источники недостаточны. Структура работы не соответствует поставленным задачам. Работа несамостоятельна.	1	
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	2	

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Презентация	Превосходный уровень владения материалом. Высокий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения полностью соответствуют задачам презентации. Использованы надлежащие источники и методы.	Хороший уровень владения материалом. Средний уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения в основном соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Удовлетворительный уровень владения материалом. Низкий уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения слабо соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы частично соответствуют поставленным задачам.	Неудовлетворительный уровень владения материалом. Неудовлетворительный уровень доказательности, наглядности, качества преподнесения информации. Степень полноты раскрытия материала и использованные решения не соответствуют задачам презентации. Использованные источники и методы не соответствуют поставленным задачам.	3
Зачтено		Не зачтено			
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.				

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 9

Текущий контроль

1. Реферат

Темы 1, 2, 3, 4

Цели и задачи курса "Поведение потребителя" Понятие потребительского поведения в социологии, психологии, экономике и маркетинге. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь и взаимозависимость разделов знаний. Подходы к изучению поведения потребителей. Моделирование потребительского поведения.

Поведенческая экономика. Когнитивная модель покупательского поведения. Теория бехевиоризма в поведении потребителей. Модель "черного ящика"

2. Контрольная работа

Темы 1, 2, 3, 4

Задача 1. Смоделируйте следующее поведение потребителей и обслуживающего персонала, в предлагаемых обстоятельствах:

- Посещение кафе/ресторана:

А) один молодой человек ? официант ? молодая девушка;

Б) одна молодая девушка ? официант - молодая девушка;

В) молодая пара ? официант ? молодая девушка.

Задача 2. Разработайте мультиатрибутивную модель по трем категориям о цените эффект:

- ресторан/кафе;

- отель;

- гипермаркет

Задача 3. Разработайте критерии ?аутентичного? маркетинга для следующих продуктов и предложите стратегию их продвижения на внутреннем рынке:

- продукты питания;

- автомобили;

- недвижимость (покупка загородного дома).

Задача 4

Для определенного товара, покупку которого Вы осуществили недавно, необходимо выделить и описать логические этапы процесса принятия решения о покупке

1 Осознание потребности. Под действием каких факторов (внутренних или внешних) возникла необходимость?

2 Поиск информации Выделите факторы внутреннего и внешнего поиска информации Классифицируйте источники информации (личные - неличные, коммерческие - некоммерческие, общедоступные и личный опыт)

Выделите размах х, направленность и последовательность поиска. Влияние каких факторов (ситуационных и индивидуальных) привел к усилению / ослаблению поисковой активности?

3 Оценка альтернатив. Каким образом информация была обработана и по окончательный выбор?

4 Реакция на покупку. Опишите события, произошедшие после покупки (потребление, уничтожение)

5.Проанализируйте, какие маркетинговые стимулы использовал производитель, торговый посредник для обеспечения удовлетворения потребителя .

6.Сравните предыдущее ожидания от покупки с реальным результатом использования товара

7. Определите, достаточный уровень удовлетворения для того, чтобы осуществить повторную покупку товара или торговой марки

Тесты по теме 2-3

1. К какому виду инноваций относятся инновации, выявленные методами терминологического и лексического анализа на основе информации в научных статьях, отчетах и т.п.:

А) ?зародыши? новых товаров;

Б) новые конкурентные изделия;

В) товары-аналоги.

2. К какому виду инноваций относятся инновации, выявленные методом структурно-морфологического анализа:

А) ?зародыши? новых товаров;

Б) товары-аналоги;

В) новые конкурентные изделия.

3. В какой последовательности формируется стадии жизненного цикла инновации:

А) зарождение; трансфер; освоение; рутинизация.

Б) зарождение; освоение; диффузия; рутинизация;

В) зарождение; трансфер; освоение.

4. Распространение, тиражирование и многогранное повторение на других объектах, это -:

А) диффузия;

Б) трансфер;

В) коммерциализация.

5. На каком этапе жизненного цикла инноваций, исследование природы поведения потребителей рассматривается как стратегическая задача:

А) освоение;

Б) диффузия.

В) зарождение.

6. Процесс принятия решения потребителем проходит следующие последовательные этапы:

А) осознание потребности, поиск информации, оценка альтернатив, выбор альтернативы, переоценка подходящей альтернативы;

Б) осознание потребности, оценка альтернатив, переоценка подходящей альтернативы.

В) поиск информации, осознание потребности, оценка альтернатив и переоценка подходящей альтернативы.

7. Выделяют следующие виды ценностей:

А) личные и групповые;

Б) индивидуальные и групповые;

В) личные и социальные.

8. Самая большая численность потенциальных покупателей инновационного продукта, это - :

А) прогрессисты;

Б) новаторы;

В) скептики;

9. К репутационному риску большинства инновационных продуктов относят:

А) сложность формы и содержания;

Б) необходимость нового знания;

В) несоответствие цены и качества.

10. Какая самая распространенная ценовая стратегия среди производителей инновационного продукта:

А) стратегия ?снятия сливок?;

Б) стратегия проникновения на рынок;

В) стратегия престижных цен.

3. Презентация

Темы 1, 2, 3, 4

- 1 Поведения потребителей - содержание категории
2. Ориентация на потребителя - целевая функция организации
3. Референтные группы в потребительском поведении
4. Влияние референтных групп на потребительское поведение
5. Гендерные особенности потребительского поведения
6. Восприятие как внутренний фактор поведения потребителей.
- 7.Процесс принятия решения потребителем.
8. Последокупочное поведение потребителя
9. Процесс организационной закупки.
- 10.Реализация прав потребителей в России
11. Процесс организационной закупки.

Зачет

Вопросы к зачету:

1. Поведения потребителей - содержание категории
2. Ориентация на потребителя - целевая функция организации.
3. Особенности обмена в поведении индивидуальных и институциональных потребителей.
4. Культурные ценности и потребительское поведение
5. Вариации в культурных ценностях.
6. Кросс культурные стратегии в современных глобализированных рынках.
7. Влияние социального положения на потребительское поведение
8. Изменение социальной структуры- изменение потребительского поведения
9. Сегментация рынков: особенности покупочных решений социальных страт
10. Показное потребление.
11. Воздействие групп на поведение индивидов.
12. Референтные группы в потребительском поведении
13. Влияние референтных групп на потребительское поведение
14. Персональное влияние в поведении потребителей.
15. Типы потребителей в распространении инноваций
16. Распределение ролей в практике покупок домохозяйств
17. Типы домохозяйств и типы их потребления.
18. Гендерные особенности потребительского поведения
19. Восприятие как внутренний фактор поведения потребителей.
20. Восприятие и маркетинговые стратегии
21. Методы обучения потребителей
22. Основные характеристики обучения потребителей.
23. Краткосрочная и долгосрочная память потребителей.
24. Стратегии позиционирования продукта.
25. Теории мотивации и их значение для управления поведением потребителя.
26. Маркетинговые стратегии основанные на множественных мотивах.
27. Учет личности потребителя в формировании рыночных сегментов
28. Использование знаний об эмоциях потребителей в рекламе.
29. Персональные ценности как значимый фактор различий потребительских решений.
30. Концепция жизненного стиля в описании потребительского поведения.
31. Ресурсы потребителя, определяющие его покупочные решения.
32. Формирование знания потребителя о продукте.
33. Организация и измерение знания потребителя.
34. Взаимосвязь компонентов отношений потребителя к продукту.
35. Типы ситуации покупателя : коммуникации, ситуации покупки, ситуации использования.
36. Факторы ситуационного влияния на принятие потребителем решения.
37. Процесс принятия решения потребителем.
38. Сущность и варианты потребительского выбора.
39. Этапы процесса потребительского решения..
40. Типы процессов решений потребителя при покупке.
41. Осознание проблемы потребности и поиск информации потребителем.
42. Оценка и выбор потребительских альтернатив
43. Правила потребительских решений
44. Ограничения потребителя.
45. Покупочные намерения и типы покупок.
46. Выбор источника и предмета покупки.
48. Оценка покупки потребителем.

49. Специфика организационного покупательского поведения.
50. Типы закупочных ситуаций
51. Процесс организационной закупки.
52. Становление и развитие консьюмеризма
53. Консьюмеризм в России
54. Реализация прав потребителей в России

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 9			
Текущий контроль			
Реферат	Обучающиеся самостоятельно пишут работу на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определённой тематической области либо предлагается собственное решение определённой теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы, своевременность выполнения. В случае публичной защиты реферата оцениваются также ораторские способности.	1	20
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	15
Презентация	Обучающиеся выполняют презентацию с применением необходимых программных средств, решая в презентации поставленные преподавателем задачи. Обучающийся выступает с презентацией на занятии или сдаёт её в электронном виде преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме презентации, логичность, информативность, способы представления информации, решение поставленных задач.	3	15
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических задач.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Поведение потребителей: Учебник / Н.И. Лыгина, Т.Н. Макарова. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплёт) ISBN 5-8199-0203-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/264212>

2. Поведение потребителей / Меликян О.М., - 4-е изд. - М.:Дашков и К, 2018. - 280 с.: ISBN 978-5-394-01043-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415017>

3. Поведение потребителей / Дубровин И.А., - 4-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 310 с.: ISBN 978-5!394-01475-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415239>

4. Поведение потребителей: Учебник/О.Н.Романенкова - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0404-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/485432>

7.2. Дополнительная литература:

1 Поведение потребителей: Учебное пособие / Л.С. Драганчук. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 192 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004516-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/209245>

2. Организационное поведение: Учеб. пособие / Л.В. Карташова; Институт экономики и финансов 'Синергия'. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 157 с.: 60x90 1/16. - (Учебники для программы МВА). (переплёт) ISBN 978-5-16-002154-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/369027>

3. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 248 с.: 60x88 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-009416-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/439646>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Все о маркетинге - TopMarketing.by

Гильдия маркетологов - <http://www.marketologi.ru>

Записки маркетолога - marketch.ru

Маркетинг журнал 4p.ru - <http://www.4p.ru/main/index.php>

Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Перед лекцией обучающиеся получают от преподавателя перечень литературных источников по которым они должны освоить информацию в рамках данного курса. Лекционный материал может быть законспектирован студентом самостоятельно, либо освоен из ЭОР по данной дисциплине. Во время лекции обучающийся может задать вопрос у преподавателя, в рамках темы, обратив на себя внимание поднятием руки вверх.
практические занятия	темы практического занятия озвучивает преподаватель семинарского занятия заранее, чтобы обучающийся смог самостоятельно подготовиться по вопросам, кейсам. Практические занятия являются активной формой обсуждения темы или кейса, по итогам занятия преподаватель ставит студенту оценку, которая учитывается в рейтинге по итогам освоения курса
самостоятельная работа	самостоятельная работа в рамках дисциплины включает в себя блок заданий, который обучающийся осваивает самостоятельно, преподавателю сдаётся работа в рамках СРС в установленный преподавателем график. Самостоятельная работа, является обязательным блоком освоения дисциплины и также влияет на допуск студента до зачета.
реферат	тематика рефератов выдается заранее на выбор обучающимся, с тем расчетом, чтобы темы не повторялись и отчетом по выполненной работе является публичная защита на семинарских занятиях. Реферат выполняется обучающимся самостоятельно и защищается по графику который устанавливает преподаватель. Защита реферата публичная и является обязательной.
контрольная работа	Контрольная работа выполняется во время аудиторного занятия обучающимся самостоятельно. Задания к контрольной работе формируются на базе лекционного материала и практических занятий. Преподаватель заранее предупреждает обучающихся о формате контрольной работы и рекомендует литературу для подготовки. Контрольная работа является обязательным оценочным средством знаний обучающегося.

Вид работ	Методические рекомендации
презентация	Презентация выполняется единолично обучающимся или в группе не более 2 человек. Презентация готовится по материалам доклада обучающегося, цель которой визуализировать теоретический и практический материал с учетом авторских выводов и рекомендаций обучающегося. Презентация готовится из расчета вступления 5-7 минут и не более 15-17 слайдов.
зачет	к зачету обучающийся допускается только в том случае, если все текущие контрольные точки сданы вовремя и у преподавателя нет нареканий и замечаний. На усмотрение преподавателя обучающийся может получить зачет автоматически по итогам работы на семинарских занятиях. Зачет ставиться только в том случае когда во время семинарских занятий обучающийся подтвердил освоение компетенций.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Поведение потребителей" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Поведение потребителей" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Специализированная лаборатория оснащена оборудованием, необходимым для проведения лабораторных работ, практических занятий и самостоятельной работы по отдельным дисциплинам, а также практик и научно-исследовательской работы обучающихся. Лаборатория рассчитана на одновременную работу обучающихся академической группы либо подгруппы. Занятия проводятся под руководством сотрудника университета, контролирующего выполнение видов учебной работы и соблюдение правил техники безопасности. Качественный и количественный состав оборудования и расходных материалов определяется спецификой образовательных программ.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки не предусмотрено .