

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.И.Н., доц., Паршин А.В.
11 декабря 2015 г.

Рассмотрено
на Ученом совете РИЗП
протокол №5/2 от
11 декабря 2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Поведение потребителей

(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Ростов-на-Дону
2015 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015г. № 1334.

Рабочая программа разработана для студентов 2014, 2015 года набора на 2015/2016 учебный год.

Автор(ы):

К.Э.н., доц. Левчук В.В.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Рекомендована кафедрой «Маркетинг»
протокол № 5 от 10.12.2015г.

Заведующий кафедрой

/ Крамаренко Р.Р./

(подпись, фамилия, инициалы)

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015, 2016
годов набора на 2016/2017
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10



Ректор института

/ Паршина А.А. /
06 2016 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,
2016, 2017 годов набора на 2017/2018
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10



Ректор института

/ Паршина А.А. /
06 2017 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2015,
2016, 2017, 2018 годов набора на 2018/2019
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 10



Ректор института

/ Паршина А.А. /
06 2018 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов
2016, 2017, 2018, 2019 годов набора на
2019/2020 учебный год с учетом обновления раздела
(ов) 10

Ректор института

27 июня 2019 года

Паршина А.А.

© Левчук В.В., 2015

© РИЗП, 2015

Рабочая программа переутверждена для студентов 2014, 2018
2019, 2020 годов набора на 2020/2021
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) 2, 3, 4, 10.



Ректор института

[Signature] / Паршина А.А. /

«25» сентября 2020 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

_____ / Паршина А.А. /

« » _____ 20 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

_____ / Паршина А.А. /

« » _____ 20 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

_____ / Паршина А.А. /

« » _____ 20 г.

Рабочая программа переутверждена для студентов _____
_____ годов набора на _____
учебный год с учетом обновлений раздела (ов) _____.

Ректор института

_____ / Паршина А.А. /

« » _____ 20 г.

Цели и задачи освоения дисциплины (модуля) «Поведение потребителей»

Цель дисциплины: изучение основных закономерностей поведения потребителей в процессе истории и на современном этапе развития общества, удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей личности и групп.

Задачи дисциплины:

– Научить студентов ориентироваться в социальных и психологических явлениях, сопровождающих процесс потребления; использовать внешние и внутренние факторы потребления для эффективных продаж; анализировать социокультурные особенности потребления отдельных общностей; применять полученные знания при анализе процесса потребления в профессиональной деятельности.

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Формируемые компетенции		планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)
индекс	формулировка	
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<u>Знать:</u> психологические основы поведения потребителей; методологию изучения и прогнозирования спроса потребителей <u>Уметь:</u> применять закономерности поведения потребителей при анализе маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка <u>Владеть:</u> навыками выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров; методиками анализа формирования поведения потребителей
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<u>Знать:</u> внешние и внутренние факторы, влияющие на потребителей; этапы процесса принятия решений потребителем; алгоритм формирования потребительского спроса <u>Уметь:</u> выявлять особенности организационного покупательского поведения; применять закономерности поведения потребителей в целях обеспечения необходимого качества торгового обслуживания <u>Владеть:</u> методикой изучения поведения потребителей; исследования, анализа и прогнозирования поведения потребителей

Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к дисциплинам вариативной части (дисциплин по выбору) (Б1.В.ДВ.8.1).

Дисциплина «Поведение потребителей» изучается на четвертом курсе в восьмом семестре студентами заочной формы обучения. Дисциплина базируется на курсах дисциплин: «Основы маркетинга», «Управление маркетингом», «Менеджмент».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы или 72 часа. Основной единицей трудоемкости является з.е., равная 36 часам учебного времени во всех его формах за один семестр обучения.

Форма обучения	Заочная форма
Срок обучения	5 лет
Общий объем час по УП	72
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	10
- лекции	4
- семинарские занятия	6
- практические занятия	-
- лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа, час	62
Подготовка к занятию семинарского типа	10
конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	20
самостоятельное изучение вопросов по теме	30
выполнение курсовых проектов (работ)	-
подготовка к промежуточной аттестации	2
Зачеты, по семестрам,	1с
Экзамены, по семестрам	

**Раздел 4. Содержание дисциплины (модуля) «Поведение потребителей»,
структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них
количества академических или астрономических часов и видов учебных
занятий**

Формируемые компетенции	Названия модулей и тем	Трудоемкость по видам учебной работы					
		Общая трудоемкость	Контактная работа				Самостоятельная работа
			лекции	семинарские	практические	лабораторные работы	
ПК-3	Тема 1. Потребители, их поведение и маркетинг						
	Заочная форма обучения	7,5	0,5	1			6
ПК-3	Тема 2. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей						
	Заочная форма обучения	7,5	0,5	1			6
ПК-3	Тема 3. Семья и домохозяйство						
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
ПК-3	Тема 4. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей						
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
ПК-3	Тема 5. Потребительские ресурсы						
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-8	Тема 6. Процесс принятия решения о покупке						
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-3	Тема 7. Информационный поиск						
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-3	Тема 8. Методы изучения поведения потребителей						
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-8	Тема 9. Организационное покупательское поведение						
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
ПК-8	Тема 10. Реклама в системе потребления						
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
Подготовка к промежуточной аттестации							
Заочная форма обучения		2					2

Содержание дисциплины (модуля) «Поведение потребителей»

Тема 1. Потребители, их поведение и маркетинг

Определение и содержание поведения потребителей. Модель потребительского поведения. Маркетинг и потребитель. Маркетинго-ориентированная организация. Процесс обмена. Маркетинг отношений. Связь между стратегией маркетинга и поведением потребителей. Новая концепция менеджмента. Внешний и внутренний маркетинг. Условия обмена. Признаки значимости маркетинга отношений. Привлекательность обмена.

Тема 2. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей

Экономические, политические, социально - демографические, научно – технические, этно–культурные, географические и другие факторы, влияющие на поведение потребителей.. Группы и их типы. Дихотомичность человека. Референтные группы. Первичные и вторичные группы. Группы устремления и диссоциативные группы. Формальные и неформальные группы.

Информационное влияние референтных групп. Использование персонального влияния в маркетинговой стратегии.

Инновации и их виды. Диффузионный процесс. Типы потребителей в диффузии инноваций.

Тема 3. Семья и домохозяйство

Семья как объект изучения в поведении потребителей. Понятие домохозяйства. Нуклеарная семья. Расширенная семья. Жизненный цикл семьи. Жизненный цикл домохозяйства. Стадии жизненного цикла домохозяйств. Распределение ролей при принятии решений о покупке. Инструментальные и экспрессивные роли. Потребительская специализация. Посредничество. Совместный шопинг. Факторы, влияющие на покупки семьи и домохозяйства. Потребительская социализация как среда формирования будущего потребителя.

Тема 4. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей

Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей: мотивационные, эмоциональные, стимулирующие, ситуационные. Интересы и потребности в системе потребления. Осознанные и неосознанные мотивы в деятельности потребления. Установка как готовность к покупке. Персональные ценности. Семейные ценности. Уровень притязаний.

Тема 5. Потребительские ресурсы

Восприятие, обучение, память в системе потребления. Обработка информации и восприятие потребителя. Факторы, определяющие внимание потребителей. Влияние интересов и потребностей на внимание. Память в восприятии информации потребителем. Познавательное обучение потребителей. Мотивация. Адаптация потребителей к стимулу.

Психографика. Персональные ценности. Жизненный стиль и ресурсы потребителей. Отношения в системе потребления. Знание и отношение. Ситуационные факторы.

Тема 6. Процесс принятия решения о покупке

Понятие процесса принятия решений потребителем. Этапы. Факторы, влияющие на процесс принятия решений потребителей. Алгоритм формирования потребительского спроса. Процесс принятия решения о покупке. Осознание необходимости покупки. Экономические ресурсы потребителей. Оценка и выбор альтернатив покупки потребителями. Выбор правила потребительского решения.

Тема 7. Информационный поиск

Сбор информации о предстоящей покупке. Оценка и выбор альтернатив. Покупка. Знание потребителя о покупке. Реакция на покупку. Модели поведения потребителей в поиске покупки. Модели усиления запоминаемости информации о покупке. Временные ресурсы потребителей. Знание потребителей о продукте и его отношение к продукту. Знание об использовании продукта. Внутренний и внешний информационный поиск потребителей. Параметры потребительского поиска. Факторы поиска информации потребителями.

Тема 8. Методы изучения поведения потребителей

Поведение потребителей – индикатор эффективности рыночных отношений. Методы и формы изучения поведения потребителей. Исследование, анализ и прогнозирование поведения потребителей. Социологические исследования. Анкетирование и интервью. Виды интервью: стандартизированное, фокусированное и свободное. Холл-тесты.

Тема 9. Организационное покупательское поведение

Сущность и масштаб организационных рынков. Особенности организационного покупательского поведения. Консьюмеризм как потребительство. Три группы консьюмеризма. Демонстративное потребление. Количество как инструмент показного потребления. Язык показного потребления. Потребление и статус. Потребление как составляющая престижа человека.

Тема 10. Реклама в системе потребления

Роль рекламы в организации потребления. Закон РФ «О рекламе». Возможности и ограничения рекламы. Виды рекламы. Особенности организации рекламы. Психологические основы влияния рекламы на потребителей. Утилитарные, эстетические мотивы, используемые в рекламе. Мотивы престижа, достижения и традиции. Анализ основных мотивов в рекламной деятельности. Критерии эффективности рекламной деятельности.

Раздел 5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (Приложение №1)

Раздел 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

– Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Поведение потребителей»

7.1. Нормативные документы.

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законом РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008г. № 6 ФКЗ, от 30.12.2008г. № 7-ФКЗ// СЗ РФ. 2009. №4. Ст.445
2. Гражданский кодекс Российской Федерации 30.11.1994 №51-ФЗ (ред.23.06.2014 №171-ФЗ)// СПС Консультант Плюс 2015//
3. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (1.09.2013) «О средствах массовой информации» // СПС Консультант Плюс 2015//
4. Федеральный закон 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред.28.06.2014г. № 190-ФЗ) // СПС Консультант Плюс 2015//

7.2 Основная литература

1. Драганчук Л. С. Поведение потребителей. М.: Инфра-М, 2011.*
2. Макарова Т. Н. Поведение потребителей: практикум. М.: Директ-Медиа 2015 г. 66 страниц. **

7.3 Дополнительная литература

1. Драганчук Л. С. Поведение потребителей : теория и практика: монография. Изд-во: Сибирский федеральный университет 2011 г. 195 страниц. **

* Библиотека РИЗП.

** ЭБС «КнигаФонд».

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

1. Статистические материалы Госкомстата, размещенные на официальном сайте (www.gks.ru)
2. Статистические материалы по Ростовской области, размещенные на официальном сайте Администрации Ростовской области (www.donland.ru)
3. Министерство финансов РФ: [сайт]. – URL: <http://www1.minfin.ru/ru/>.
4. Компания «Консультант Плюс» (нормативно-правовые акты): [сайт].- URL: <http://www.consultant.ru/online>.

5. Компания «Гарант» (нормативно-правовые акты): [сайт]. – URL: <http://garant.park.ru/>.
8. <http://www.kremlin.ru> - официальный сайт Президента РФ
9. <http://www.government.ru> - официальный сайт Правительства РФ
10. <http://www.council.gov.ru> - официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания РФ
11. <http://www.duma.gov.ru> - официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания <http://www.ach.gov.ru> - официальный сайт Счетной палаты РФ
12. <http://www.economy.gov.ru> - официальный сайт Минэкономразвития РФ
13. <http://www.gks.ru> – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики
14. <http://www.donland.ru> - официальный сайт Правительства Ростовской области

Раздел 9. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Освоение дисциплины (модуля) основано на комплексном формировании заданных показателей компетенций, представляющих собой, соответствующие знания, умения и навыки. Показатели компетенций «Знать» формируются преимущественно на основе лекционного материала и частично в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

Показатели компетенций «Уметь» и «Владеть» формируются в результате выполнения практических заданий и в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

К самостоятельной работе студентов относится: конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе; самостоятельное изучение вопросов по теме; подготовка к промежуточной аттестации.

Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем лицензионное программное обеспечение:

Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod32 academic, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8.

профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».

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

Для материально-технического обеспечения дисциплины используется специальные помещения РИЗП, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения РИЗП укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийное оборудование).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РИЗП.

Приложение №1
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Поведение потребителей

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Поведение потребителей

(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	<u>Маркетинг</u> (наименование направленности)
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Ростов-на-Дону
2015 г.

11

РАЗДЕЛ 1.

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

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер компетенции «ПК-3»	Формулировка компетенции «готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка»	Этап формирования (семестр)
Дисциплины (модули), формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы		Заочная форма
Индекс	Наименование	
Б1.Б.13	Основы маркетинга	3, 4
Б1.Б.14	Коммерческая деятельность	3, 4
Б1.В.ОД.2	Мерчандайзинг в торговле	8
Б1.В.ОД.4	Правовое обеспечение информационной деятельности	5
Б1.В.ОД.5	Информационные технологии в управлении	1
Б1.В.ОД.6	Маркетинговые коммуникации	5
Б1.В.ОД.7	Маркетинговые исследования	7
Б1.В.ОД.8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	7, 8
Б1.В.ОД.9	Управление маркетингом	4, 5
Б1.В.ОД.12	Конкурентоспособность организаций и товаров	9
Б1.В.ДВ.2.2	Международная торговля	6
Б1.В.ДВ.3.2	Торговое дело	1
Б1.В.ДВ.6.1	Связи с общественностью (публик рилейшнз)	9
Б1.В.ДВ.6.2	Брендинг	9
Б1.В.ДВ.8.1	Поведение потребителей	8
Б1.В.ДВ.9.1	Социальный маркетинг	9
Б1.В.ДВ.9.2	История экономики	9
Б1.В.ДВ.10.1	Бизнес-планирование	8
Б2.У.1	Учебная практика (Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	8
Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10
Номер компетенции	Формулировка компетенции «готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания»	

«ПК-8»		Этап формирования (семестр)
Дисциплины (модули), формирующие компетенцию в процессе освоения образовательной программы		
Индекс	Наименование	Заочная форма
Б1.Б.14	Коммерческая деятельность	3, 4
Б1.Б.20	Организация и технология торговли	7, 8
Б1.В.ОД.2	Мерчандайзинг в торговле	8
Б1.В.ОД.8	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	7, 8
Б1.В.ОД.10	Международный маркетинг	8
Б1.В.ОД.12	Конкурентоспособность организаций и товаров	9
Б1.В.ДВ.3.1	Организация предпринимательской деятельности	1
Б1.В.ДВ.7.1	Интернет маркетинг	9
Б1.В.ДВ.7.2	Инновационный маркетинг	9
Б1.В.ДВ.8.1	Поведение потребителей	8
Б1.В.ДВ.10.2	Инновации в торговле	8
Б2.П.1	Производственная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	9
Б2.П.2	Преддипломная практика (Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	10
Б3.Д.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	10

1.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Номер компетенции	Показатели оценивания компетенций (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования		
		1-й уровень «УЗНАВАНИЕ»	2-й уровень «ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ»	3-й уровень «ПРИМЕНЕНИЕ»
ПК-3	<u>знать:</u> психологические основы поведения потребителей; методологию изучения и прогнозирования спроса потребителей <u>уметь:</u> применять закономерности поведения потребителей при анализе маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка <u>владеть:</u> навыками выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров; методиками анализа формирования поведения потребителей	+	+	+
ПК-8	<u>Знать:</u> внешние и внутренние факторы, влияющие на потребителей; этапы процесса принятия решений	+	+	+

<p>потребителем; алгоритм формирования потребительского спроса</p> <p><u>Уметь:</u> выявлять особенности организационного покупательского поведения; применять закономерности поведения потребителей в целях обеспечения необходимого качества торгового обслуживания</p> <p><u>Владеть:</u> методикой изучения поведения потребителей; исследования, анализа и прогнозирования поведения потребителей</p>			
--	--	--	--

1.3. Шкала оценивания компетенций

Результат зачета	Критерии оценивания компетенций
не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала(менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не подтверждает освоение компетенций
зачтено	Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне.
	Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций
	Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, подтверждает полное освоение компетенций

Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Проверяемая компетенция ПК-3

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Определение и содержание поведения потребителей.
2. Модель потребительского поведения.
3. Маркетинг и потребитель.
4. Клиентоориентированный подход в маркетинге.
5. Факторы, влияющие на поведение потребителей: внешние и внутренние.
6. Теории поведения потребителя.

Тестовые задания:

1. Распределите этапы управления информацией по очередности их реализации:
 - а) сегментирование информационного потока;
 - б) формирование собственного информационного потока;
 - в) оптимизация формы и стиля подачи материалов;
 - г) приоритетная поставка информации, информационное партнерство.
2. Основными формами влияния референтных групп на поведение потребителей являются:
 - а) нормативное влияние;
 - б) ценностно-ориентированное влияние;
 - в) информационное влияние;
 - г) эмоциональное влияние.
3. Что не является основной моделью распространения персонального влияния:
 - а) «перетекание» сверху вниз;
 - б) двухэтапное распространение;
 - в) теория мультиэтапного взаимодействия;
 - г) символический интеракционизм.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей:

1. Экономические факторы.
2. Политические факторы
3. Социально-демографические факторы
4. Научно-технические факторы
5. Этнокультурные факторы
6. Географические и другие факторы

Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей:

1. Мотивационные факторы.
2. Эмоциональные факторы.
3. Стимулирующие факторы
4. Ситуационные и другие факторы.
5. Персональные ценности.

Тестовые задания:

1. Важнейший фактор в процессе социализации:
 - а) географическая среда;
 - б) биологический рост;
 - в) производственные отношения;
 - г) культура.
2. Стимульный фактор размещения объекта в поле зрения:
 - а) изоляция;
 - б) позиция;
 - в) цвет и движение;

15

г) размер и интенсивность.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Методы и формы изучения поведения потребителей.
2. Исследование, анализ и прогнозирование поведения потребителей. 3. Социологические исследования.
4. Анкетирование и интервью.
5. Виды интервью: стандартизированное, фокусированное и свободное. Холл-тесты.

Тестовые задания:

1. Что не является главным измерением стратификации:
 - а) доход;
 - б) образование;
 - в) власть;
 - г) талант;
 - д) престиж.
2. Что не является экономической переменной, характеризующей социальный класс:
 - а) личные достижения;
 - б) профессия;
 - в) доход;
 - г) собственность.
3. Группа, чьи цели и ценности индивид разделяет как свои собственные, называется:
 - а) референтной;
 - б) формальной;
 - в) неформальной;
 - г) первичной.
4. Определите последовательность действий при социометрическом исследовании:
 - а) заполнить социоматрицу _____
 - б) составить вопросы анкеты _____
 - в) провести опрос _____
 - г) составить социометрическую карту _____
 - д) распределить членов группы согласно социометрическому статусу в социограмме _____
 - е) выделить лидера, актив, пассив, отверженных и изолированных _____
 - ж) просчитать социометрические индексы _____
 - з) составить отчет _____

Проверяемая компетенция ПК-8

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Сущность и масштаб организационных рынков.
2. Особенности организационного покупательского поведения.
3. Потребление и статус. Потребление как составляющая престижа человека.

Тестовые задания:

1. Люди, приобретающие товар исключительно для своего личного пользования:
 - а) индивидуальные потребители;

- б) семья;
- в) посредники;
- г) снабженцы.

2. Приписываемый статус имеют люди, которые:

- а) достигшие успеха в работе;
- б) родившиеся в состоятельной семье;
- в) выигравшие крупную сумму в лотерею;
- г) занимающие определенную должность.

3. Консервативные, ориентирующиеся на традиционные ценности:

- а) верящие потребители;
- б) самореализующиеся потребители;
- в) самодостаточные потребители;
- г) потребители-экспериментаторы.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

1. Этапы процесса принятия решений потребителем.
2. Факторы, влияющие на процесс принятия решений потребителей.
3. Алгоритм формирования потребительского спроса.
4. Процесс принятия решения о покупке.
5. Осознание необходимости покупки.
6. Экономические ресурсы потребителей.
7. Оценка и выбор альтернатив покупки потребителями.
8. Выбор правила потребительского решения.

Тестовые задания:

1. Процесс принятия решения потребителем о покупке состоит из этапов:

- а) покупка _____
- б) оценка решения _____
- в) осознание потребителем наличия проблемы _____
- г) оценка и выбор альтернатив покупки _____
- д) информационный поиск _____
- е) использование покупки _____
- ж) освобождение _____

2. На что ориентируются представители среднего класса при покупке:

- а) на оригинальность, уникальность предметов быта;
- б) на стиль и дизайн предметов быта;
- в) на функциональность предметов быта и их цену;
- г) на эмоциональное отношение.

3. Что повышает самооценку у покупателей среднего класса:

- а) приобретение товаров хорошего качества со скидкой;
- б) приобретение товаров функциональных, длительной гарантией;
- в) приобретение престижных товаров;
- г) приобретение товаров на распродаже.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Роль рекламы в организации потребления.

2. Закон РФ «О рекламе». Виды рекламы.
3. Особенности организации рекламной деятельности.
4. Психологические основы влияния рекламы на потребителей.
5. Анализ основных мотивов в рекламной деятельности.
6. Критерии эффективности рекламной деятельности.

Тестовые задания:

1. Более длинные слова и абстрактный язык визуальных материалов используется при рекламе, направленной на:
 - а) высший класс;
 - б) средний класс;
 - в) низший класс.

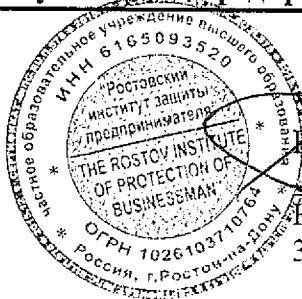
2. PR направлен на:
 - а) продукт, выпускаемый организацией;
 - б) услугу, оказываемую организацией;
 - в) руководство организацией;
 - г) саму организацию.

3. Психологическое воздействие, направленное на неявное побуждение одного человека к действию, задуманному другим человеком:
 - а) сообщение;
 - б) убеждение;
 - в) внушение;
 - г) манипуляция.

4. Продвижение интересов через органы законодательной власти:
 - а) лобби;
 - б) реклама;
 - в) адвокаты;
 - г) пропаганда.

5. Краткое выражение функции, которую организация или проект призваны выполнить в обществе, называется:
 - а) видение;
 - б) миссия;
 - в) планирование;
 - г) прогнозирование.

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Сверждаю
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.
30 июня 2016 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2016 /2017 учебный год**

В рабочую программу Поведение потребителей
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем
<p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>	<p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p>

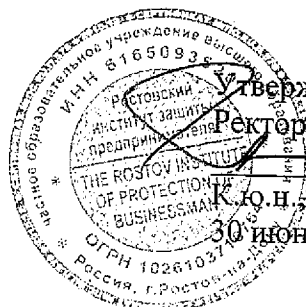
дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 14 от 30.06.2016 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.Ю.н., доц., Паршина А.А.
30 июня 2017 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2017 /2018 учебный год**

В рабочую программу Поведение потребителей
(наименование дисциплины (модуля))
для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)
с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 7 home, Microsoft Windows XP, Офисные приложения (Word, Excel, PowerPoint), Антивирусная программа Nod 32 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»	лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8. профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»

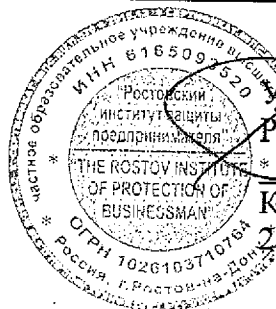
дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 11 от 26.06.2017 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Завещаю
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.
28 июня 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Поведение потребителей
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2013, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 2.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух»</p>	<p><i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i></p> <p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>

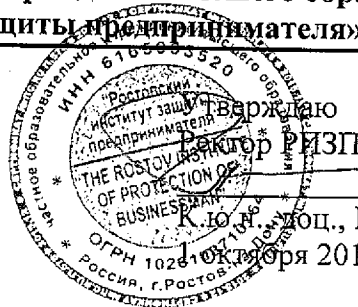
дополнения:

Обновления вносит К.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинга № 11 от 26.06.2018 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Тверждаю
Ректор РИЗП
К. Ю. П. Шоц., Паршина А.А.
1 октября 2018 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2018/2019 учебный год**

В рабочую программу Поведение потребителей

(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №146-09/2018 об оказании информационных услуг от 18 сентября 2018 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p><i>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</i></p> <p>7.1. Основная литература: 1. Драганчук Л. С. Поведение потребителей. М.: Инфра-М, 2011.* 2. Макарова Т. Н. Поведение потребителей: практикум. М.: Директ-Медиа 2015 г. 66 страниц. **</p> <p>7.2. Дополнительная литература: 1. Драганчук Л. С. Поведение потребителей : теория и практика: монография. Изд-во: Сибирский федеральный университет 2011 г. 195 страниц. **</p> <p>* Библиотека РИЗП. ** ЭБС «КнигаФонд».</p>	<p><i>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</i></p> <p>7.1. Основная литература: 1. Поведение потребителей : учебное пособие / под ред. Н.И. Лыгиной, Г.А. Васильева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 238 с. **</p> <p>2. Дубровин, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 312 с. **</p> <p>3. Сбоева, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 128 с. **</p> <p>7.2. Дополнительная литература: 1. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с. **</p> <p>2. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин :</p>

Директ-Медиа, 2015. - 66 с. **

* Библиотека РИЗП.

** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».

Обновления вносит _____

(подпись)

к.э.н. доц. Левчук В.В.

(должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры

Маркетинга

№ 2 от 25.09.2018 г.

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р.

(Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2019/2020 учебный год**

В рабочую программу _____ **Поведение потребителей** _____
(наименование дисциплины (модуля))
для направления подготовки _____ **38.03.06 Торговое дело** _____
(код) наименование направления подготовки)
с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>	<i>Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем</i>
<p align="center">лицензионное программное обеспечение:</p> <p>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с:Бухгалтерия 8.</p> <p align="center">профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. 3.Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p align="center">лицензионное программное обеспечение:</p> <p>Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов MyTestx. 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8. 1с: Предприятие 8. 1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64</p> <p align="center">профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>1.Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». 2.Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>

дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н, доц. Левчук В.В. _____
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)
Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинг, туризм и реклама № 11 от 26.06.2019 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Крамаренко Р.Р. _____
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю
Ректор РИЗП

К.ю.н., доц., Паршина А.А.
25 июня 2020 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2020/2021 учебный год**

В рабочую программу _____ **Поведение потребителей** _____
(наименование дисциплины (модуля))
для направления подготовки _____ **38.03.06 Торговое дело** _____
(код) наименование направления подготовки)
с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы
вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем	Раздел 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем
<p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p>	<p>лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол User Gade, программа для тестирования студентов My Testx, 1с: Зарплата и Управление Персоналом 8.1с: Предприятие 8.1с: Бухгалтерия 8. Операционная система для рабочих станций Linux Ubuntu x64.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы: Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант». Справочная Правовая Система КонсультантПлюс. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>

дополнения:

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)



К.ю.н., доц., Паршина А.А.
25 июня 2020 г.

Обновление основной профессиональной образовательной программы в части содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля) (изменения и дополнения к рабочей программе)

В рабочую программу Поведение потребителей
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

Раздел 2, раздел 3 и раздел 4 читать в следующей редакции:

Раздел 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к дисциплинам вариативной части (дисциплин по выбору).

Дисциплина «Поведение потребителей» изучается в 5 семестре студентами очной формы обучения, в 8 семестре студентами заочной формы обучения.

Дисциплина базируется на курсах дисциплин: «Основы маркетинга», «Управление маркетингом», «Менеджмент».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы или 72 часа. Основной единицей трудоемкости является з.е., равная 36 часам учебного времени во всех его формах за один семестр обучения.

Форма обучения	Очная форма	Заочная форма
Срок обучения	4 года	5 лет
Общий объем час по УП	72	72
Всего аудиторных занятий, час, в том числе:	32	10
- лекции	16	4
- семинарские занятия	16	6
- практические занят	-	-
- лабораторные занятия	-	-
Самостоятельная работа, час	40	62
Подготовка к занятию семинарского типа	10	10
конспектирование первоисточников и другой учебной литературы, проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе	10	20
самостоятельное изучение вопросов по теме	20	30
выполнение курсовых проектов (работ)	-	-
подготовка к промежуточной аттестации	-	2
Зачеты, по семестрам,	5с	1с
Экзамены, по семестрам	-	-

Раздел 4. Содержание дисциплины (модуля) «Поведение потребителей», структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Формируемые компетенции	Названия модулей и тем	Трудоёмкость по видам учебной работы					
		Общая трудоёмкость	Контактная работа				Самостоятельная работа
			лекции	семинарские	практические	лабораторные работы	
ПК-3	Тема 1. Потребители, их поведение и маркетинг						
	Очная форма обучения	8	1	1			6
	Заочная форма обучения	7,5	0,5	1			6
ПК-3	Тема 2. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей						
	Очная форма обучения	8	1	1			6
	Заочная форма обучения	7,5	0,5	1			6
ПК-3	Тема 3. Семья и домохозяйство						
	Очная форма обучения	7	1	1			5
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
ПК-3	Тема 4. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей						
	Очная форма обучения	7	1	1			5
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
ПК-3	Тема 5. Потребительские ресурсы						
	Очная форма обучения	7	2	2			3
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-8	Тема 6. Процесс принятия решения о покупке						
	Очная форма обучения	7	2	2			3
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-3	Тема 7. Информационный поиск						
	Очная форма обучения	7	2	2			3
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-3	Тема 8. Методы изучения поведения потребителей						
	Очная форма обучения	7	2	2			3
	Заочная форма обучения	6,75	0,25	0,5			6
ПК-8	Тема 9. Организационное покупательское поведение						
	Очная форма обучения	7	2	2			3
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
ПК-8	Тема 10. Реклама в системе потребления						
	Очная форма обучения	7	2	2			3
	Заочная форма обучения	7	0,5	0,5			6
Подготовка к промежуточной аттестации							
Очная форма обучения							
Заочная форма обучения		2					2

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм протокол № 10 от 25.05.2020 г.

(наименование кафедры)
Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя» (РИЗП)**



Утверждаю
Ректор РИЗП

Кло.н, доц., Паршина А.А.
24 июня 2021 г.

**Обновление основной профессиональной образовательной программы в части
содержания рабочей программы учебного курса, предмета, дисциплины (модуля)
(изменения и дополнения к рабочей программе)
на 2021/2022 учебный год**

В рабочую программу Поведение потребителей
(наименование дисциплины (модуля))

для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код) наименование направления подготовки)

с учетом заключения договора №147-09/2020 об оказании информационных услуг от 22 сентября 2020 г. по предоставлению доступа к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и договора о сотрудничестве с ООО «Софттех» от 03.03.2021 вносятся следующие изменения:

Содержание пункта рабочей программы до обновления	Содержание пункта рабочей программы после обновления
<p>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</p>	<p>Раздел 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)</p>
<p>7.1. Основная литература: 1. Поведение потребителей : учебное пособие / под ред. Н.И. Лыгиной, Г.А. Васильева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 238 с. ** 2. Дубровин, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 312 с. ** 3. Сбоева, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 128 с. **</p>	<p>7.1. Основная литература: 1. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216 ** 7.2. Дополнительная литература: 1. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324 **</p>
<p>7.2. Дополнительная литература: 1. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с. ** 2. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. ** * Библиотека РИЗП. ** ЭБС «Университетская библиотека»</p>	<p>* Библиотека РИЗП. ** ЭБС «Университетская библиотека онлайн».</p>

онлайн».	
Раздел 10.	Раздел 10.
<p>Лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.lc: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>64. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>65. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>66. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>	<p>Лицензионное программное обеспечение: Операционная система для рабочих станций Microsoft Windows 10 home, Офис2016, Антивирусная программа Nod 5 academic, Интернет прокси сервер + фаервол UserGade, программа для тестирования студентов MyTestx.lc: Зарплата и Управление Персоналом 8.1c: Предприятие 8.1c: Бухгалтерия 8, 1 c: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.</p> <p>профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <p>64. Профессиональная база данных, информационная справочная система «Гарант».</p> <p>65. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс.</p> <p>66. Бухгалтерская Справочная Система «Система Главбух».</p>

и дополнения:

Дополнить рабочую программу по дисциплине (модулю) разделами:

Раздел 12. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся

предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

Раздел 13. Реализация образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий

Согласно части 2 статьи 16 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ возможна реализация в образовательных организациях образовательных программ с применением дистанционных образовательных технологий.

При реализации дистанционного обучения образовательная организация обеспечивает функционирование электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет", а также освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Организация предоставляет учебно-методическую помощь обучающимся, в том числе в форме индивидуальных консультаций, оказываемых дистанционно с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

Организация самостоятельно определяют объем аудиторной нагрузки и соотношение объема занятий, проводимых путем непосредственного взаимодействия педагогического работника с обучающимся, и учебных занятий с применением дистанционных образовательных технологий.

Обновления вносит _____ к.э.н., доц. Левчук В.В.
(подпись) (должность, Ф.И.О педагогического работника)

Рабочая программа переутверждена с учетом обновлений на заседании кафедры «Маркетинг, реклама и туризм» протокол № 10 «24» мая 2021 г.
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.
(подпись) (Ф.И.О)