

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОСТОЧНАЯ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКАЯ  
ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ» (Академия ВЭГУ)**

<b>ОДОБРЕНА</b> Ученым советом Академии ВЭГУ (протокол от 15 июня 2023 г. , № 3)	<b>УТВЕРЖДЕНА</b> приказом ректора Академии ВЭГУ от 31.08. 2023 № 111/а
--	---

**Рабочая программа дисциплины  
Поведение потребителей**

**Кафедра:** управления, информатики и общенаучных дисциплин  
**Основная образовательная программа:** 38.03.02 Менеджмент,  
направленности (профиля) «Производственный менеджмент».

**1. Общая характеристика**

**1.1 Наименование**

Данная учебная дисциплина называется «Поведение потребителей», включена в Реестр автономных дидактических компонентов Академии ВЭГУ и реализуется в рамках ООП Академии ВЭГУ: 38.03.02 Менеджмент (профиль: производственный менеджмент) по заочной форме обучения, в т.ч. с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

**1.2 Цели реализации**

1.2.1 В результате освоения данной дисциплины обучающийся должны овладеть знаниями, умениями и навыками в рамках формирования следующих компетенций:

- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели(ПК-17).

1.2.2 Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен знать:

- природу конфликта и метода его разрешения;
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

1.2.3 Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен уметь:

- пользоваться методами разрешения конфликтов в организации с учетом их роли для эффективной деятельности коллектива;
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

1.2.4 Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен владеть:

- различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;
- навыками оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

### **1.3 Место в структуре ООП**

1.3.1 Данная дисциплина относится к блоку Б1.В.ДВ.08.02 дисциплин по выбору вариативной части изучается по заочной форме с применением ЭО и ДОТ - на 8 семестре (на 4 курсе) обучения.

1.3.2 Логически и содержательно-методически данная дисциплина связана с такими автономными дидактическими компонентами данной ООП как: статистика, методы принятия управленческих решений, эконометрика, теория менеджмента, деловые коммуникации, экономика предприятия, управление человеческими ресурсами, институциональная экономика, информатика, логистика складирования, таможенное дело, организационное поведение, инновационный менеджмент, управление разработкой и внедрением нового продукта, антикризисное управление, исследование систем управления, риск-менеджмент, управленческие решения, производственный маркетинг, производственный менеджмент, все виды практик.

1.3.3 Изучению данной дисциплины должно предшествовать освоение обучающимся программы: статистика, методы принятия управленческих решений, эконометрика, теория менеджмента, деловые коммуникации, экономика предприятия, управление человеческими ресурсами, институциональная экономика, информатика.

1.3.4 Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для прохождения обучения по программам: организационное поведение, инновационный менеджмент, управление разработкой и внедрением нового продукта, антикризисное управление, исследование систем управления, риск-менеджмент, управленческие решения, производственный маркетинг, производственный менеджмент, логистика складирования, таможенное дело, организационное поведение, все виды практик.

### **1.4 Объем**

1.4.1 Общий объем данной дисциплины (трудоемкость учебной нагрузки обучающегося при освоении программы, включающая в себя все виды его учебной деятельности, предусмотренные учебным планом для достижения планируемых результатов обучения) составляет: 3 зачетных единиц или 108 академических часа вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации с использованием сетевой формы, реализации по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении.

1.4.2 Объемы учебной нагрузки обучающегося при освоении программы дисциплины по видам учебной деятельности составляют:

Виды учебной деятельности	Объем, в академических часах		
	по очной форме обучения	по заочной форме обучения	По заочной форме с применением ЭО и ДОТ
Занятия лекционного типа	-	-	4
Занятия семинарского типа	-	-	-
Индивидуальная работа с обучающимся	-	-	4
Самостоятельная работа обучающегося	-	-	88
Аттестация	-	-	12
Всего	-	-	108

## 2. Структура и содержание

### 2.1 Содержание разделов и тем

Разделы и темы		Содержание (дидактические единицы)	Учебные занятия	
Наименование			По заочной форме с применением ЭО и ДОТ	
			Виды	Объем, академических часов
2		3	4	5
1	Поведение потребителей и маркетинг	Методы изучения поведения потребителей. Фундаментальные принципы поведения потребителей. Внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей. Маркетинговые решения и потребитель.	Занятия лекционного типа	0,5
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,5

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– проработка конспекта лекции;</li> <li>– анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц);</li> <li>– подготовка к практическому занятию;</li> <li>– подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.;</li> <li>– подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)</li> </ul>	<p>я</p> <p>Самостоятельная работа обучающегося</p>	10
2	Процесс принятия решения потребителем	Модель процесса принятия решения потребителем. Ситуационные факторы в процессе принятия решения. Процесс потребительских решений.	Занятия лекционного типа	0,5
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,5
		<ul style="list-style-type: none"> <li>– проработка конспекта лекции;</li> <li>– анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц);</li> <li>– подготовка к практическому занятию;</li> <li>– подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.;</li> <li>– подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)</li> </ul>	Самостоятельная работа обучающегося	10
3	Предпочтительные процессы	Оказание влияния на осознание потребности. Предпочтительная оценка вариантов. Решение об оценке выбранных вариантов.	Занятия лекционного типа	0,25
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,4
		<ul style="list-style-type: none"> <li>– проработка конспекта лекции;</li> <li>– анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц);</li> <li>– подготовка к практическому занятию;</li> <li>– подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.;</li> <li>– подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)</li> </ul>	Самостоятельная работа обучающегося	10
4	Принятие решения	Факторы, влияющие на покупку. Процесс принятия решения о покупке	Занятия лекционного	0,25

	о покупке		типа	
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,6
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	9
5	Послепокупочные процессы	Поведение в процессе потребления. Оценка результатов потребления.	Занятия лекционного типа	0,5
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,4
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	9
6	Поведение потребителей.	Анализ и прогнозирование поведения потребителя. Демографический анализ и социальная политика. Изменения возрастных характеристик рынков.	Занятия лекционного типа	0,5
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,7
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и	Самостоятельная работа обучающегося	12

		подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)		
7	Убеждения и намерения потребителей	Формируемые убеждения. Индексы потребительских ожиданий и потребительских мнений.	Занятия лекционного типа	0,5
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,3
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	9
8	Мотивация потребителей	Типы потребностей потребителей. Мотивирование потребителей.	Занятия лекционного типа	0,5
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,3
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию; – подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)	Самостоятельная работа обучающегося	9
9	Воздействие на потребителей	Установление контактов. Привлечение внимания потребителей	Занятия лекционного типа	0,5
			Индивидуальная работа с обучающимися	0,3
		– проработка конспекта лекции; – анализ учебников, учебных пособий, специальной литературы по данной теме (с указанием страниц); – подготовка к практическому занятию;	Самостоятельная работа обучающегося	10

		– подготовка к дискуссии по определенной проблеме на базе прочитанной литературы, изучения нормативных актов, практики т.д.; – подготовка списка литературы (библиографии) и подборка нормативных источников по определенной тематике, их изучение и т.д.)		
--	--	---	--	--

## 2.2 Перечень обеспечения СРС

При выполнении самостоятельной работы, обучающемуся предоставляется следующее учебно-методическое обеспечение:

- информационные ресурсы, перечисленные в разделе 4: Информационные ресурсы данной программы;
- материалы, размещенные в разделах Диск, Задачи, Обсуждение, Сообщение, Wiki ПГБ Поведение потребителей Кампуса ВЭГУ 24;
- электронные курсы, размещенные в вертикальном меню Кампуса ВЭГУ;
- материалы лекционных и практических занятий по дисциплинам бакалавриата 38.03.02 Менеджмент.

## 3. Фонд оценочных средств

### 3.1 Этапы формирования компетенций

Компетенция		Этапы формирования		
код	содержание	знать	уметь	владеть навыками
1	2	3	4	5
ПК-2	владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	природу конфликта и метода его разрешения	пользоваться методами разрешения конфликтов в организации с учетом их роли для эффективной деятельности коллектива	различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде
<b>Типовые контрольные задания</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рассмотрите поведение потребителей и классификацию спроса;</li> <li>– опишите потребительский рынок и покупательское поведение;</li> </ul>				

<ul style="list-style-type: none"> <li>– приведите пример социальных факторов поведения потребителей;</li> <li>– приведите пример личностных факторов поведения потребителей;</li> <li>– приведите пример психологических факторов поведения потребителей;</li> <li>– перечислите факторы культурного порядка поведения потребителя;</li> <li>– опишите жизненный стиль и ресурсы потребителей;</li> <li>– рассмотрите внутренние факторы поведения потребителей – их значение и специфика;</li> </ul>				
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности факторы новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
<b>Типовые контрольные задания</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– опишите процесс обработки информации потребителем и его маркетинговое значение;</li> <li>– перечислите характеристики стимулов и их использование в восприятии маркетинговых сообщений;</li> <li>– рассмотрите методы когнитивного обучения, метод моделирования и их использование;</li> <li>– опишите основные характеристики обучения потребителей;</li> <li>– перечислите методы обучения потребителей;</li> <li>– опишите принципы мотивированного поведения потребителей;</li> </ul>				

### 3.2 Показатели, критерии и шкала оценивания

3.2.1 Для оценивания компетенций обучающегося на этапе их формирования по результатам освоения программы данной дисциплины применяется двухбалльная шкала оценивания (оценки «зачтено» или «не зачтено»).

3.2.2 При применении технологий, использующих иные шкалы измерения (тестирование, балльно-рейтинговой, рейтинговой и т.д.), они для окончательного оформления переводятся в двухбалльную шкалу по следующим параметрам: 50 и более процентов максимально-возможной суммы – «зачтено», менее 50 % - «не зачтено».

3.2.3 При формировании оценки обучающегося используются следующие показатели и критерии оценивания результатов освоения



программы данной дисциплины и соответствующего этапа формирования компетенций обучающегося:

<b>Оценка</b>	<b>Критерий</b>	<b>Индикатор (показатель)</b>
«зачтено»	как минимум, твердое владение материалом в рамках программы	при изложении правильного в основном ответа обучающимся допускаются лишь отдельные неточности, нарушение последовательности, отсутствие некоторых существенных деталей, имеются отдельные затруднения в выполнении практических заданий
«не зачтено»	невладение значительной (и значимой) частью материала программы	при изложении ответа обучающимся допускаются принципиальные ошибки, с большими затруднениями выполняются практические задания, ответ свидетельствует об отсутствии знаний по предмету

3.2.4 Аттестация по данной дисциплине может осуществляться по балльно-рейтинговой системе (далее - БРС), которая представляет собой строго последовательное прохождение обучающимся контрольных (реперных, рубежных) точек (далее – КТ-1, КТ-2 и т.д.) с получением оценки за качество показанных результатов в виде определенной конечной суммы баллов. При этом используются следующие индикаторы начисления баллов.

3.2.4.1 Общее количество баллов БРС распределяется следующим образом:

- за прохождение предварительного этапа – 20 баллов;
- за прохождение первой контрольной точки – до 20 баллов;
- за прохождение второй контрольной точки – до 20 баллов;
- за прохождение третьей контрольной точки – до 20 баллов.

3.2.4.2 Перевод набранной суммы по итогам всей БРС в двухбалльную шкалу оценивания осуществляется по следующим параметрам: 40 и более баллов – «зачтено», менее 40 - «не зачтено».

3.2.4.3 За прохождение предварительного этапа начисляется до 20 баллов пропорционально изученным обучающимся разделам лекционного материала и набранным при тестировании в самом представленном для изучения ресурсе количеству баллов.

3.2.4.4 Начисление баллов по рубежной аттестации по первой контрольной точке осуществляется в зависимости от результативности участия на вебинаре.

3.2.4.4.1 При он-лайн участии на вебинаре баллы начисляются по следующим критериям:

- 1) 5 баллов, если участие ограничилось только присутствием или одним нерезультативным действием (вопрос или выступление не соответствовали теме);
- 2) 10 баллов, если были два и более нерезультативных действия;

3) 15 баллов, если среди двух или более произведенных обучающимся действий как минимум одно было результативным (правильное изложение материала, точно заданный вопрос, аргументированная и объективная рецензия);

4) 20 баллов, если все произведенные обучающимся два и более действий были результативными.

3.2.4.4.2 При просмотре вебинара в записи и предоставлении обучающимся письменного отзыва о нем, определяются следующие степени и суммы баллов:

1) 5 баллов, если отзыв написан формально, малосодержательно, но свидетельствует о просмотре всего вебинара;

2) 10 баллов, если в отзыве достаточно аргументировано выделены позитивная (что понравилась, было понятно, интересно) и (или) негативная (что не понравилась, было непонятным, неинтересным) стороны вебинара;

3) 15 баллов, если в отзыве есть обоснованное, логичное сопоставление позитивных и негативных итогов занятия;

4) 20 баллов, если отзыв в дополнение к третьему уровню содержит существенные предложения по улучшению организации вебинара или аргументировано описывает проблему, сформировавшуюся по итогам вебинара.

3.2.4.5 При тестировании по второй контрольной точке, если тестовые задания имеют разные степени сложности, каждые 5% максимально-возможной суммы правильных ответов приравнивается одному баллу БРС.

При равной сложности всех тестовых заданий каждый правильный ответ приносит 1 балл БРС.

3.2.4.6 Творческая аттестационная работа оценивается по шестибалльной шкале (0 баллов – отсутствует, 1 балл – имеется, но абсолютно не соответствует заданию и (или) дисциплине, 2 балла – в большей части не соответствует заданию (дисциплине), хотя есть определенное приближение к сути задания (дисциплины), 3 балла – суть задания выявлена, но неполно, 4 балла – имеются только отдельные неточности, 5 – нет претензий к исполнению) по следующим направлениям:

- определение и фиксация проблемы;
- формулирование ответа (рабочей гипотезы);
- аргументы и иллюстрации в пользу ответа (рабочей гипотезы);
- использование концептуального и понятийного аппарата дисциплины.

Сумма набранных баллов за все 4 направления является количеством баллов БРС, начисляемых в общий рейтинг за третью контрольную точку.

### **3.3 Типовые контрольные задания**

3.3.1 При подготовке обучающегося к аттестации и при оценивании результатов освоения программы данной дисциплины (для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы

формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы) используются типовые контрольные задания по:

- истории развития той отрасли знания, изучению которой посвящена данная дисциплина (модуль); объекту, предмету и методам (инструментам), применяемым в данной дисциплине (модуле); месту, значению данной дисциплины (модуля) в деятельности человека и ее связям с другими дисциплинами (модулями); проблемам и задачам, решаемым в рамках данной дисциплины (модуля) и т.д.;

- существо теорий, концепций, систем описания и объяснения, гипотез, выдвигаемых в рамках данной дисциплины, а также категориям и понятиям (терминам), являющимся существенными для данной дисциплины;

- применению компетенций, сформированных в ходе освоения программы, для решения конкретной задачи, объяснения конкретного факта (явления), разрешения конкретной ситуации и т.д.

3.3.2 Данные типовые задания при проведении конкретных аттестационных испытаний переформатируются в вопросы аттестационных билетов или тестовые задания в соответствии с правилами, установленными для Фонда оценочных средств Академии ВЭГУ. По предметам вопросов типовых заданий могут быть сформулированы несколько различающихся по форме и аспекту рассмотрения вопросов аттестационных билетов, тестовых заданий или тем письменных работ. Комплекты вопросов для аттестационных билетов, тестовых заданий и тем в виде соответствующих баз хранятся в Центре аттестации Академии ВЭГУ в режиме конфиденциальности и предъявляются в виде набора аттестационных билетов, тестов или отдельной темы, формируемых по установленным в Академии ВЭГУ правилам, на каждую конкретную аттестацию.

3.3.3 Типовые контрольные вопросы и задания для подготовки и проведения промежуточной аттестации:

- поведение потребителей как элемент маркетинговой системы;
- теоретическая и методологическая основа поведения потребителей;
- предмет дисциплины «Поведение потребителей»;
- этапы эволюции концепций маркетинга;
- факторы внешнего влияния на поведение потребителей;
- основные категории «Поведения потребителей»;
- анализ потребительских предпочтений;
- полезность, функции полезности;
- норма замещения и бюджетные замещения;
- поведение потребителей и классификация спроса;
- эластичность потребительского спроса;
- оценка емкости рынка;
- потребительский рынок и покупательское поведение;
- социальные факторы поведения потребителей;

- личностные факторы поведения потребителей;
- психологические факторы поведения потребителей;
- факторы культурного порядка поведения потребителя;
- модель покупательского поведения;
- типология покупательского поведения;
- жизненный стиль и ресурсы потребителей;
- внутренние факторы поведения потребителей – их значение и специфика;
- процесс обработки информации потребителем и его маркетинговое значение;
- восприятие, его компоненты и роль в обработке информации потребителем;
- характеристики стимулов и их использование в восприятии маркетинговых сообщений;
- управление экспозицией и вниманием в потребительском восприятии;
- факторы интерпретации маркетинговых сообщений;
- методы условной рефлексии в обучении потребителей;
- методы когнитивного обучения, метод моделирования и их использование;
- основные характеристики обучения потребителей;
- методы обучения потребителей;
- принципы мотивированного поведения потребителей;
- стиль поведения потребителя;
- теории памяти при оценке потребителей;
- модель взаимосвязи компонентов памяти;
- отношения в формировании потребителя;
- сущность мотивации и поведения потребителей;
- мотивационная модель поведения потребителей;
- персональные ценности поведения потребителей;
- осознания необходимости покупки;
- стадии процесса осознания потребности;
- способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;
- экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

#### 3.3.4 Типовые (примерные) темы для письменных работ:

- теоретическая и методологическая основа поведения потребителей;
- факторы внешнего влияния на поведение потребителей;

- анализ потребительских предпочтений;
- поведение потребителей и классификация спроса;
- потребительский рынок и покупательское поведение;
- внутренние факторы поведения потребителей – их значение и специфика;
- процесс обработки информации потребителем и его маркетинговое значение;
- восприятие, его компоненты и роль в обработке информации потребителем;
- характеристики стимулов и их использование в восприятии маркетинговых сообщений;
- принципы мотивированного поведения потребителей;
- сущность мотивации и поведения потребителей;
- мотивационная модель поведения потребителей;
- персональные ценности поведения потребителей;
- осознания необходимости покупки;
- стадии процесса осознания потребности.

### **3.4 Методические материалы по процедурам оценивания**

3.4.1 Методика (в том числе технологические и организационные аспекты), определяющая процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, установлены положениями об организации образовательной деятельности по программам высшего образования, о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации, о балльно-рейтинговой системе аттестации, о фонде оценочных средств и изданными в соответствии с ними другими локальными нормативными актами, в т.ч. внутривузовскими стандартами, Академии ВЭГУ.

3.4.2 Обеспечение аттестации в Академии ВЭГУ должно удовлетворять, в первую очередь, требованиям нацеленности на результат обучения, системности, унификации и объективности, что на практике означает следующие:

- применение единых критериев оценивания по всем образовательным программам;
- сопряженность всех видов контрольно-измерительных материалов с конечными компетенциями и друг с другом (высокая степень валидности) и их репрезентативность с содержанием программы;
- выведение итоговых оценок по результатам проверки знаний, умений и навыков по всем дидактическим единицам оцениваемой программы;
- применение единых контрольно-измерительных материалов и процедур аттестации к обучающимся всех форм и технологий обучения;

- привлечение к осуществлению аттестации не задействованных в подпроцессе обучения обучающихся, в т.ч. практикующих специалистов необразовательных организаций;
- широкое применение инструментальной среды;
- обязательная экспертиза текстов письменных работ (и других видов оформления результатов проектирования) на авторство (отсутствие заимствований, плагиата, копирования);
- ежегодное обновление тем письменных работ.

Порядок разработки, использования и хранения контрольных измерительных материалов (включая требования к режиму их защиты, порядку и условиям размещения информации, содержащейся в контрольных измерительных материалах, в сети «Интернет») устанавливается в соответствии с федеральными требованиями положением Академии ВЭГУ о фонде оценочных средств.

3.4.3 При организации аттестации обучающихся в Академии ВЭГУ обязательно исполнение следующих положений:

- аттестации подлежат только образовательные программы, назначенные для данного аттестуемого (правилами приема, учебными планами и другими соответствующими документами);
- аттестацию может проводить только тот обучающий (эксперт), который закреплен для данной процедуры по данной группе аттестуемых;
- аттестация проводится только с использованием утвержденных контрольно-измерительных материалов и по утвержденной форме и процедуре;
- аттестация проводится только для тех обучающихся, которые имеют соответствующий допуск;
- результаты аттестации должны быть зафиксированы в утвержденных для этого документах.

## 4. Информационные ресурсы

### 4.1 Основная учебная литература

№ п/п	Выходные данные основной учебной литературы	Адрес доступа к полнотекстовому варианту в Электронно-библиотечной системе Академии ВЭГУ
1	Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 310 с.	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=684486">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=684486</a>
2	Электронный курс по дисциплине «Поведение потребителей», специально разработанный в Академии ВЭГУ и размещенный в ЭБС	<a href="https://moodle.vegu.ru/enrol/index.php?id=877">https://moodle.vegu.ru/enrol/index.php?id=877</a>

## 4.2 Дополнительная учебная литература

№ п/п	Выходные данные основной учебной литературы	Адрес доступа к полнотекстовому варианту в Электронно-библиотечной системе Академии ВЭГУ
1	Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с.	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=112324">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=112324</a>
2	Сбоева, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие : [16+] / И. А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 128 с.	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483710">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483710</a>
3	Гавриленко, Н. И. Поведение потребителя : учебное пособие : [16+] / Н. И. Гавриленко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 132 с.	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=692942">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=692942</a>

## 4.3 Ресурсы сети «Интернет»

№ п/ п	Наименование ресурса	Адрес доступа к полнотекстовому варианту (в ЭБС Академии ВЭГУ или других ресурсах в сети «Интернет»)
<b>Современные профессиональные базы</b>		
1	Министерство экономического развития Российской Федерации	<a href="http://economy.gov.ru/minec/main">http://economy.gov.ru/minec/main</a>
2	Торгово-промышленная палата России	<a href="https://tpprf.ru/ru/">https://tpprf.ru/ru/</a>
3	Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)	<a href="https://wciom.ru/">https://wciom.ru/</a>
4	Официальный сайт Росстата	<a href="http://www.gks.ru/">http://www.gks.ru/</a>
<b>Информационные справочные системы</b>		
1	Правовая система Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
2	Информационно-правовой портал Гарант	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>
<b>Иные ресурсы Интернет</b>		
1	Федеральный образовательный портал – ЭКОНОМИКА, СОЦИОЛОГИЯ, МЕНЕДЖМЕНТ	<a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a>
2	Корпоративный менеджмент	<a href="https://www.cfin.ru/">https://www.cfin.ru/</a>

## 4.4 Информационные технологии

### 4.4.1 АСО Академии ВЭГУ

Образовательный процесс по данной дисциплине в Академии ВЭГУ ведется с широким использованием Автоматизированной системы обучения. В частности, применяются следующие составные части (модули) АСО:

№ п/п	Полное наименование	Область применения в образовательной деятельности
1.	«1С-Битрикс: внутренний портал учебного заведения»	<p>Платформа для интеграции всех сервисов и создания виртуальных рабочих кабинетов участников образовательного процесса.</p> <p>1. Создание ЭИОС для обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- редактирование индивидуального учебного плана, обучающегося;</li> <li>- изучение материалов по доступным дисциплинам (модулям) (электронный курс, материалы для самоконтроля и прохождения аттестации, расписание трансляций лекций, очных занятий и вебинаров, просмотр видео материалов);</li> <li>- средства электронных коммуникаций (форумы, комментарии, чат) для общения с участниками процесса обучения (в учебной и предметных группах);</li> <li>- просмотр электронной зачётной книжки;</li> <li>- получение информации о набранных кредитах (оценках);</li> <li>- автоматическое зачисление в предметные и учебные группы;</li> <li>- формирование портфолио обучающегося (данные по IMS ePortfolio Specification (<a href="http://www.imsglobal.org/ep/">http://www.imsglobal.org/ep/</a>));</li> <li>- биллинговая система (on-line оплата обучения, просмотр истории оплаты).</li> </ul> <p>2. Создание ЭИОС для обучающего:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение информации по нагрузке;</li> <li>- планирование и проведение вебинаров;</li> <li>- разработка и экспертиза контрольно-измерительных материалов (КИМ);</li> <li>- проверка эссе обучающихся;</li> <li>- средства электронных коммуникаций (форумы,</li> </ul>



		<p>комментарии, чат) для общения с участниками процесса обучения (в учебных и предметных группах);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- публикация мультимедийного обучающего контента;</li> <li>- формирование персонального портфолио.</li> </ul> <p>3. Для организаторов образовательного процесса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- система мониторинга (получение информации об активности пользователей; организация опросов пользователей);</li> <li>- участие в группах (учебных, предметных, общих);</li> <li>- поддержка основных элементов коммуникаций (форумы, комментарии);</li> <li>- оценивание и организация объектов социальной сети;</li> <li>- отслеживание рейтингов и достижений;</li> <li>- публичное портфолио пользователя;</li> <li>- работа с заявками (отправка, отслеживание выполнения).</li> </ul>
2.	«Компас-В» на платформе «1С: Предприятие 8.2»	<p>Автоматизирует работу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приёмной комиссии (ведение базы абитуриентов, зачисление на обучение, финансовые и маркетинговые отчёты),</li> <li>- деканата (документооборот приказов по движению обучающихся, репозиторий документов обучающихся, оповещение обучающихся по электронной почте, SMS),</li> <li>- учебно-методического управления (ведение базы преподавателей, формирование и учёт учебной нагрузки).</li> </ul>
3.	Программный комплекс «Автоматизированная среда аттестации АСА»	<p>Автоматизирует процедуры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки, экспертизы и публичной экспертизы контрольно-измерительных материалов;</li> <li>- формирования и использования фонда оценочных средств по конкретным программам, дисциплинам (модулям, предметам, видам учебной работы);</li> <li>- проведения обучения с использованием балльно - рейтинговой системы (БРС);</li> <li>- допуска, проведения приема экзаменов, зачетов, письменных</li> </ul>

		<p>аттестационных работ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- видеопотоколирования процесса аттестации;</li> <li>- оформления документации по процессам аттестации (аттестационных ведомостей, заявлений на оплату выполненной обучающими работы, отчетов);</li> <li>- контроля успеваемости обучающихся;</li> <li>- мониторинга удовлетворенности обучающимися качеством контрольно-измерительных материалов и процедурами аттестации.</li> </ul>
4.	Система программных продуктов LMS Moodle	<p>Используется для:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- публикации электронных курсов;</li> <li>- просмотра результата прохождения электронного курса и последующего его учёта в рамках БРС.</li> </ul>
5.	Система автоматизации библиотек ИРБИС64	<p>Используется для:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>организации доступа к электронной библиотеке для:</li> <li>просмотра полнотекстовых вариантов основной и дополнительной литературы;</li> <li>просмотра учебно-методических комплексов дисциплин.</li> </ul>
6.	Программный продукт Автоматизированная информационная система библиотеки «Электронная библиотека»	<p>Используется для организации процесса разработки и обновления полнотекстовых электронных версий учебных материалов и рабочих программ дисциплин.</p>
7.	Открытое программное обеспечение «В	<p>Сервис интегрированный в АСО, используется для:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организации и проведения вебинаров, интерактивных</li> </ul>

	igBlueButton»	занятий, on-line консультаций и лекций; - просмотра записей вебинаров
--	---------------	--

#### 4.4.2 Специальные информационные технологии

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплине, включает следующий перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

Программный продукт	Договор
1. 7-Zip 2. Acrobat Reader X 3. Kaspersky Endpoint Security 10 for Windows 4. Mozilla Firefox 5. Google Chrome 6. Microsoft Office 2007 7. VLC 8. Microsoft Windows 7 Professional Academic Open License 9. Microsoft Windows Server 2008	1) лицензия GNU LGPL (Свободное ПО) 2) лицензионное соглашение с компанией Adobe (Свободное ПО) 3) лицензия № 1FB6-170208-101930-190-411 4) лицензия GNU LGPL (Свободное ПО) 5) лицензия LGPL (Свободное ПО) 6) лицензия № 43509314 7) лицензия GNU LGPL (Свободное ПО) 8) лицензия № 62875440 9) лицензия № 47623222

#### 4.5 Материально-техническая база

4.5.1 В процессе обучения данной дисциплины используется специальный виртуальный учебный кабинет – предметная группа модуля «Кампус ВЭГУ 24» (далее – ПГ).

4.5.2 Информационно-предметная среда ПГ размещается в разделах меню ПГ, а так же в разделах и подразделах меню «Кампус ВЭГУ 24».

Размещение материалов (или обеспечение прямого доступа к информационным ресурсам) в разделах меню «Кампус ВЭГУ 24» осуществляется в централизованном порядке структурными подразделениями Академии ВЭГУ (материалы Электронно-библиотечной системы, локальные нормативные акты Академии ВЭГУ, записи проведенных учебных занятий и т.п.).

В разделах меню ПГ размещение материалов организовывается преподавателем, являющимся владельцем данной ПГ (т.е. закрепленным за реализацией данной дисциплины).

4.5.3 Взаимодействие обучающихся в ПГ осуществляется на принципах тьюторинга и интерактива.

Тьюторинг осуществляется посредством постановки преподавателем задач перед обучающимся, консультирования, проверки и оценивания исполнения задач.

Интерактивный метод обучения обеспечивается организацией преподавателем в ПГ взаимодействия обучающихся друг с другом в сфере освоения программы дисциплины в разных формах и способах, в т.ч.:

- обязательных в рамках этапа (контрольных точек) БРС и факультативных занятий в форме дискуссий, групповой (командной) творческой работы, группового проектирования, кейс-метода, «мозгового штурма» или игры;
- широким использованием ПГ для общего обмена мнениями при постоянном контроле со стороны преподавателя и корректировки оценок и поощрения лучших сообщений;
- вовлечения обучающихся в формирование базы знаний.

4.5.4 Для ведения образовательной деятельности в учебных корпусах Академии ВЭГУ имеются 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. Они укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, в т.ч. презентации ППС по дисциплине. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду Академии ВЭГУ.

Для проведения лекционных занятий необходимо следующее материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук и т.д.), рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы и пр.), мультимедийное оборудование, комплекты электронных презентаций/слайдов.

Для проведения практических занятий необходимо следующее материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук и т.д.), рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде, пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические

редакторы и пр.), мультимедийное оборудование, комплекты электронных презентаций/слайдов.

Полный перечень материально-технического обеспечения по дисциплине указан в Справке о материально-техническом обеспечении основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

## **5. Методические указания обучающемуся**

В дисциплине используются следующие ключевые слова: макро- и микросреда маркетинга, потребности, сущность потребности, классификация потребности, виды потребности, уровни потребности, способы удовлетворения потребности, мотивация, индустриальный потребитель, индивидуальный потребитель, процесс покупательского выбора, удовлетворенность потребителя, поведенческий реакции покупателя, поведение потребителя, эффективная торговля.

В ходе изучения дисциплины студент знакомится с: новой макро- и микросредой маркетинга, потребностями (сущность, классификация, виды, уровни, способы удовлетворения), мотивацией потребителя, изучением процесса покупательского выбора, удовлетворенностью потребителя (сущность, концепции, проблемы), анализом поведенческой реакции покупателя, поведением потребителя.

При проведении практических занятий рекомендуется использовать следующий алгоритм: новая макро- и микросреда маркетинга, потребности: сущность, классификация, виды, уровни, способы удовлетворения, мотивация индустриального и индивидуального потребителя, изучение процесса покупательского выбора, удовлетворенность потребителя: сущность, концепции, проблемы, анализ поведенческой реакции покупателя, поведение потребителя: основы эффективной торговли.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Для подготовки к аттестации рекомендуется:

- изучить лекционный и практический материал;
- изучить материалы, представленные по данной дисциплине в библиотеке Академии ВЭГУ или воспользоваться электронной библиотекой;
- использовать самообучающие программы;
- контролировать уровень своих знаний тестами-тренингами.

## **6. Особенности освоения дисциплины (модуля) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.**

6.1 Выбор методов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определяются исходя из их доступности для данной категории обучающихся, определяется содержанием обучения, исходным уровнем имеющихся знаний, уровнем профессиональной подготовки педагогов, особенностями восприятия информации обучающимися. В

образовательном процессе предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социальной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата.

6.2 В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья кафедра обеспечивает:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывание в указанных помещениях.

6.3 Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

6.4 Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Категории обучающихся	Формы предоставления
С нарушением слуха	в печатной форме; в форме электронного документа
С нарушением зрения	в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

6.5 Процедура промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. При

необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к промежуточной аттестации, а также предоставляется дополнительное время для подготовки ответа в ходе контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика);

2. доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

3. доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

6.6 Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах, а также предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература и специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Проректор по учебно-научной и  
воспитательной работе

А.О. Целищев