


Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета ИЭиБ
 от « 22 » _____ 2019 г., протокол № 222/08
 Председатель _____ Белый Е.М.
 « _____ » _____ 20 19 г.

 _____, реализующем ОПОП ВО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Поведение потребителей
Факультет	Управления
Наименование кафедры	Экономики и предпринимательства (ЭиП)
Курс очная	3
Курс заочная	2

Специальность 38.05.01 «Экономическая безопасность»

Специализация: Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности



Форма обучения очная/заочная


Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » 09 2019 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 12.06.2020 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 11 от 29.06.2021 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры	Ученая степень, звание
Бакальская Викторовна Елена	ЭиП	к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину кафедра ЭиП	Заведующий выпускающей кафедрой кафедра ЭиП
 / Белый Е.М./ « 23 » 05 2019 г.	 / Белый Е.М./ « 23 » 05 2019 г.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов понимания основных положений, категорий и закономерностей поведения потребителей, главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения потребительского поведения, применение данного аспекта к управлению бизнес - процессом в различных сферах экономики.

Задачи освоения дисциплины:

- ✓ сформировать у студентов целостное представление об основах поведения потребителей;
- ✓ расширение круга данных, связанных со спецификой типов потребителей и их поведенческих реакций;
- ✓ дать теоретические знания об экономических основах поведения потребителей;
- ✓ ознакомить с основными моделями поведения потребителей в условиях выбора, приобретения и эксплуатации различных товаров и услуг;
- ✓ дать прикладные знания в области принятия потребителями решений;
- ✓ сформировать навыки самостоятельного и творческого использования полученных знаний в практической деятельности бакалавра

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Очная форма обучения

Дисциплина входит в вариативную часть учебного плана, дисциплина по выбору.

До изучения данной дисциплины студент должен освоить содержание предшествующих дисциплин: Маркетинг , Профессионально-прикладная и специальная подготовка, Основы предпринимательской деятельности.

Дисциплина изучается в одном семестре с дисциплинами: Современные финансовые инструменты социального предпринимательства, Организация инвестиций в социальном предпринимательстве.


Дисциплина является предшествующей дисциплинам: Конкурентная разведка , Бенчмаркинг, Анализ отраслевых рынков и конкурентная политика и прохождению преддипломной практики и ГИА.

Заочная форма обучения

Дисциплина входит в вариативную часть учебного плана, дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается в одном семестре с дисциплинами: Маркетинг.

Дисциплина является предшествующей дисциплинам: Профессионально-прикладная и специальная подготовка, Основы предпринимательской деятельности, Современные финансовые инструменты социального предпринимательства, Организация инвестиций в социальном предпринимательстве, Конкурентная разведка , Бенчмаркинг, Анализ отраслевых рынков и конкурентная политика и прохождению преддипломной практики и ГИА.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций		
		знать	уметь	владеть
ПК-28	способностью осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач	методы сбора, анализа и систематизации информации, необходимой для обоснования создания собственного предпринимательского дела в области потребительского поведения	выбирать рациональные варианты действий в процессе разработки бизнес-идеи в области потребительского поведения	навыками принятия управленческих решений, способствующих развитию бизнеса в области потребительского поведения

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 2


4.2. по видам учебной работы (в часах)

Очная форма:

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32
Аудиторные занятия:	32	32
лекции	16	16
практические и семинарские занятия	16	16
Самостоятельная работа	40	40
Всего часов по дисциплине	72	72
Текущий контроль	Тестирование, выполнение кейса	Тестирование, выполнение кейса
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации	зачет	зачет

Заочная форма:

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – заочная)	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


		4
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8
Аудиторные занятия:	8	8
лекции	2	2
практические и семинарские занятия	6	6
Самостоятельная работа	60	60
Всего часов по дисциплине	72	72
Текущий контроль	-	-
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации	зачет	зачет

4.3. Содержание дисциплины.

Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения: очная

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий			Форма текущего контроля	
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме		Сам-ая работа
		лекции	практические занятия, семинар			
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга	18	6	6		6	Тестирование
Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение	10	2	2		6	Тестирование, выполнение кейса
Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя	10	2	2		6	Тестирование, выполнение кейса
Тема 4. Восприятие и обработка информации потребителем	10	2	2		6	Тестирование,
Тема 5. Мотивация и личность потребителя	10	2	2		6	Тестирование,
Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль потребителя	14	2	2		10	Тестирование
	72	16	16		40	

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


Форма обучения: заочная

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий			Форма текущего контроля	
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме		
		лекции	практические занятия, семинар			
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга	12,5	0,5	2		10	Тестирование
Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение	12,5	0,5	2		10	Тестирование, выполнение кейса
Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя	13	1	2		10	Тестирование, выполнение кейса
Тема 4. Восприятие и обработка информации потребителем	10	-	-		10	Тестирование,
Тема 5. Мотивация и личность потребителя	10	-	-		10	Тестирование,
Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль потребителя	10	-	-		10	Тестирование
	72	2	6		60	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга. Поведение потребителей: понятийный аппарат, взаимосвязь с другими областями знаний. Потребители и рынок: товар как основа рыночной экономики, полезность, ценность, обмен, маркетинг, рынок. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга: современный этап развития маркетинга, его отличительные черты от предыдущих исторических этапов развития. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь и взаимозависимость разделов знаний.

Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение. Определение культуры, ее составные части. Факторы, обуславливающие формирование культуры. Взаимосвязь культурных ценностей и потребительского поведения. Социальная стратификация: определение и историческая обусловленность. Виды классовых систем общества.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Особенности социальной стратификации в России, сложности и пути ее улучшения. Особенности поведения потребителей в зависимости от классовой принадлежности.

Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Малые группы и групповые коммуникации. Понятия, виды групп и степень их влияния на поведение потребителей. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Понятия, факторы, обуславливающие особенности их поведения. Основные роли членов семьи с точки зрения их участия в процессе принятия решения о покупке и ее реализации.

Тема 4. Восприятие и обработка информации потребителем. Восприятие и обработка информации потребителем. Характеристика особенностей экспозиции, внимания и интерпретации. Индивидуальные, ситуационные и стимульные характеристики. Роль памяти в восприятии. Восприятия и маркетинговая стратегия.

Тема 5. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением. Сущность и теории мотивации. Личность: психоаналитическая и социальная теории, теория самоконцепции и индивидуальных черт. Эмоции, определение и их типы.

Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Персональные ценности и концепция жизненного стиля потребителя. Методы описания жизненного стиля. Геостили и международные стили жизни. Экономические, временные и когнитивные ресурсы потребителя.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Очная

Занятие 1. Трудоемкость – 6 часов.

Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга. Групповая дискуссия по вопросам:

- потребители и рынок: товар как основа рыночной экономики, полезность, ценность;
- поведение потребителей в контексте современного маркетинга

Занятие 2. Трудоемкость – 2 часа.

Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение. Групповая дискуссия по вопросам:


- культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение;
- социальная стратификация: определение и историческая обусловленность.
- особенности социальной стратификации в России, сложности и пути ее улучшения.

Кейс 1: на примере объекта исследования сформировать отличительные особенности потребительского поведения людей и привести примеры.

Занятие 3. Трудоемкость – 2 часа.

Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Групповая дискуссия по вопросам:

- малые группы и групповые коммуникации;
- домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя;

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- основные роли членов семьи с точки зрения их участия в процессе принятия решения о покупке и ее реализации.

Кейс 2: на примере объекта исследования описать отличительные особенности потребительского поведения членов семьи.

Тема 4. Восприятие и обработка информации потребителем. Трудоемкость – 2 часа.

Групповая дискуссия по вопросам:

- ✓ восприятие и обработка информации потребителем
- ✓ характеристика особенностей экспозиции, внимания и интерпретации.
- ✓ индивидуальные, ситуационные и стимульные характеристики.

Тема 5. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением. Трудоемкость – 2 часа.

Групповая дискуссия по вопросам:

- ✓ мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением.
- ✓ личность: психоаналитическая и социальная теории, теория самоконцепции и индивидуальных черт.
- ✓ эмоции, определение и их типы.

Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.

Групповая дискуссия по вопросам:

- ✓ персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.
- ✓ персональные ценности и концепция жизненного стиля потребителя.
- ✓ методы описания жизненного стиля.

Заочная

Занятие 1. Трудоемкость – 2 часа.

Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга. Групповая дискуссия по вопросам:

- потребители и рынок: товар как основа рыночной экономики, полезность, ценность;
- поведение потребителей в контексте современного маркетинга

Занятие 2. Трудоемкость – 2 часа, в том числе в интерактивной форме – 2 часа.

Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение. Групповая дискуссия по вопросам:


- культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение;
- социальная стратификация: определение и историческая обусловленность.
- особенности социальной стратификации в России, сложности и пути ее улучшения.

Кейс 1: на примере объекта исследования сформировать отличительные особенности потребительского поведения людей и привести примеры.

Занятие 3. Трудоемкость – 4 часа, в том числе в интерактивной форме – 2 часа.

Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Групповая дискуссия по вопросам:

- малые группы и групповые коммуникации;
- домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя;

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- основные роли членов семьи с точки зрения их участия в процессе принятия решения о покупке и ее реализации.

Кейс 2: на примере объекта исследования описать отличительные особенности потребительского поведения членов семьи.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

данный вид работы не предусмотрен УП

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ


данный вид работы не предусмотрен УП

9. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

данный вид работы не предусмотрен УП

Перечень вопросов к зачету

1. Предмет, цели и задачи дисциплины «Поведение потребителей». Определение понятий «потребитель», «потребительское поведение», «общество массового потребления»
2. Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений
3. Потребительская ориентация организации: внешний и внутренний маркетинг
4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей как условия макро- и микросреды
5. Характеристика кросскультурных и глобальных маркетинговых стратегий
6. Социальная стратификация общества. Концепции социального класса
7. Характеристика социальной структуры населения РФ: особенности и направления совершенствования
8. Роль малой группы в поведение потребителей. Референтные группы и их классификации
9. Роль семьи в поведении потребителей. Жизненный цикл семьи.
10. Восприятие, его компоненты и роль в обработке информации потребителем. Характеристики стимулов и их использование в восприятии маркетинговых сообщений
11. Факторы интерпретации маркетинговых сообщений
12. Методы условной рефлексии в обучении потребителей
13. Методы когнитивного обучения, а также метод моделирования и их использования
14. Основные характеристики обучения потребителей
15. Мотивационные схемы: мотивы поведения потребителей, их виды и использование в маркетинге
16. Классификации мотивов и мотивационный конфликт: использование их в продвижении товара/услуги/идеи
17. Роль эмоций и их использование в маркетинге
18. Жизненный стиль потребителей и его модели
19. Процесс потребительского принятия решения о покупке как оценки различных атрибутов продукта
20. Классификации типы решений потребителя о покупке
21. Процесс осознания потребителем потребности в товаре (услуге)
22. Процесс оценки и формирования потребителем альтернатив (вариантов) покупки?
23. Показатели выбора источника и предмета покупки
24. Внутримагазинные факторы покупки: экспозиция, планировка магазина, атмосфера магазина, торговый персонал, цена товара и ситуация отсутствия товара
25. Характеристика основных причин повторных покупок и формирования приверженности потребителя к конкретной торговой фирме
26. Социальная ответственность коммерческих организаций за результаты своей

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

деятельности

27. Основные права потребителей в РФ


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Форма обучения очная


Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	6	Тестирование
Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение	Проработка учебного материала, подготовка кейса, подготовка к зачету	6	Тестирование, выполнение кейса
Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя	Проработка учебного материала, подготовка кейса, подготовка к зачету	6	Тестирование, выполнение кейса
Тема 4. Восприятие и обработка информации потребителем	Проработка учебного материала, подготовка кейса, подготовка к зачету	6	Тестирование,
Тема 5. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	6	Тестирование,
Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	10	Тестирование

Форма обучения заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	10	Тестирование, зачет
Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение	Проработка учебного материала, подготовка кейса, подготовка к зачету	10	Тестирование, выполнение кейса, зачет
Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя	Проработка учебного материала, подготовка кейса, подготовка к зачету	10	Тестирование, выполнение кейса, зачет
Тема 4. Восприятие и обработка информации	Проработка учебного материала, подготовка кейса,	10	Тестирование, зачет

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

потребителем	подготовка к зачету		
Тема 5. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	10	Тестирование, зачет
Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	10	Тестирование, зачет

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/450344>
2. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/453476>


Дополнительная литература:


1. Денисова Е.С. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Денисова Е.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11061.html>

Учебно-методическая литература:

1. Бакальская Е. В. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине "Поведение потребителей" для всех экономических направлений подготовки и экономических специальностей [Электронный ресурс] / Е. В. Бакальская; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1903>
2. Бакальская Е. В. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов всех экономических направлений подготовки и специальностей / Е. В. Бакальская; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2166>

Согласовано:

ГЛАВ. Библиотекарь, Голосова М.И. 
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение

1. ОС Windows
2. Microsoft Office
3. «1С:Предприятие 8». Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
4. Statistica Academic for Windows
5. Комплект ПО "Универсал" ("Финансовый анализ + Оценка бизнеса", "Инвестиционный анализ", "Бюджет" и "Оценка недвижимости")
6. Антиплагиат ВУЗ

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / группа компаний Ай Пи Эр Медиа . - Электрон. дан. - Саратов , [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.
- 1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон.дан. – Москва , [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.
- 1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система / ООО Политехресурс. - Электрон.дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.
3. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс] : электронные журналы / ООО ИВИС. - Электрон.дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udh/12>.
4. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон.дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.
5. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека / ФГБУ РГБ. - Электрон.дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.
6. **Федеральные информационно-образовательные порталы:**
 - 6.1. Информационная система Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Режим доступа: <http://window.edu.ru>
 - 6.2. Федеральный портал Российское образование. Режим доступа: <http://www.edu.ru>
7. **Образовательные ресурсы УлГУ:**
 - 7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа :<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>
 - 7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа :<http://edu.ulsu.ru>

Согласовано:


 Должность сотрудника УлГУ: _____ ФИО: _____ Печенька: _____ Дата: _____


12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащенности образовательного процесса, размещенными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;


– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.


Разработчик



Бакальская Е.В.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Белый Е.М.		17.06.2020

Приложение 1

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:


3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. [SMART Imagebase](https://www.ebsco.com) // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. [Российское образование](http://www.edu.ru) : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.


7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.


7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрированных пользователей. – Текст : электронный.

Согласовано:

зам. нач. УИТиТФИО | Ключкова АВ | 09.06.2020г.
 Должность сотрудника УИТиТФИО ФИО подпись дата

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы и а) список рекомендуемой литературы и п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Белый Е.М.		29.06.2021

Приложение 2

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2021]. - URL: <https://unil.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2021]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mbs/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2021]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. ООО «КонсультантПлюс» - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

- 3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВБИС. - Москва, [2021]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
- 3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2021]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
- 3.3. «Grebennikov» : электронная библиотека / ИД Гребенников. - Москва, [2021]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. - Москва, [2021]. - URL: <https://necb.rf>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2f8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:


- 6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.
- 6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

- 7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

Согласовано:

  01.06.2021

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Денъгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для вузов / В. В. Денъгов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450344>
2. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453476>

Дополнительная литература:

1. Денисова, Е. С. Поведение потребителей : учебное пособие / Е. С. Денисова. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 168 с. — ISBN 978-5-374-00400-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/11061.html>

Учебно-методическая литература:

1. Бакальская Е. В. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине "Поведение потребителей" для всех экономических направлений подготовки и экономических специальностей / Е. В. Бакальская; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 539 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1903>
2. Бакальская Е. В. Поведение потребителей : учебное пособие для студентов всех экономических направлений подготовки и специальностей / Е. В. Бакальская; УлГУ, ИЭиБ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 993 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2166>

Согласовано:

глав. библ. работник, Голозова М. И., МК, 05.06.2023

Должность сотрудника научной библиотеки

ФИО

Подпись

Дата