


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

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета ИЭиБ
 от « 23 » июня 2022 г., протокол № 09 / 252
 Председатель  Е.М.Белый
 « 23 » июня 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Поведение потребителей
Факультет	Управления
Наименование кафедры	Экономики и предпринимательства (ЭиП)
Курс	4

Направление: 38.03.01 «Экономика» (степень – бакалавр)
 Направленность (профиль): «Экономика предпринимательства»
 Форма обучения: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2022 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	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Бакальская Елена Викторовна	ЭиП	доцент, к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой АЯПД, реализующей дисциплину  / Белый Е.М./ Подпись « 23 » июня 2022 г.	Заведующий выпускающей кафедрой ЭиП  / Белый Е.М./ Подпись « 23 » июня 2022 г.

Министерство науки и высшего образования 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

«Поведение потребителей» – дисциплина по выбору вариативной части учебного плана (Б1.В..ДВ.04.01).


До изучения данной дисциплины студент должен освоить содержание предшествующих дисциплин (практик) с формированием соответствующих компетенций (или их части): Деньги. Кредит. Банки, Управление стартапами в социальном предпринимательстве, Теория и практика предпринимательской конкуренции, Ценообразование, Мерчандайзинг, Теория товароведения,

Дисциплина «Поведение потребителей» изучается в одном семестре с дисциплиной – Логистика, Управление качеством, Бенчмаркинг; Технологическая (проектно-технологическая) практика.

Дисциплина предшествует изучению дисциплин с соответствующим формированием компетенций: Организация инвестиций, Реклама и связи с общественностью, Организация оптовой и розничной торговли, Стратегический анализ в предпринимательстве, Организация товарных рынков, Отраслевая экономика, Организация предпринимательской деятельности, Финансовая безопасность бизнеса, Производственный менеджмент, Организация производства,, а также прохождению преддипломной практики и ГИА.

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

Ин-декс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций		
		знать	уметь	владеть

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

ПК-2	Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	факторы и условия, влияющие на деятельность организации и необходимые для решения задач бизнес-анализа в сфере поведения потребителей	анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации в сфере поведения потребителей	методиками выявления, сбора и анализа бизнес-информации для формирования возможных решений в сфере поведения потребителей
------	--	---	---	---


4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 3

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очно-заочная)	
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	16
Аудиторные занятия:		
лекции	8	8
практические и семинарские занятия	8	8
Самостоятельная работа	56	56
Всего часов по дисциплине	72	72
Текущий контроль	Тестирование, выполнение кейса	Тестирование, выполнение кейса
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации	зачет	зачет

*Количество часов работы ППС с обучающимися в дистанционном формате с применением электронного обучения в случае соответствующего распоряжения.


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

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий				Форма текущего контроля
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме	Сам-ая работа	
		лекции	практические занятия,			
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга	12	2	2	2	8	Тестирование
Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макровлияния на потребительское поведение	15	2	4	0	9	Тестирование выполнение кейса
Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя	13	1	2	0	10	Тестирование, выполнение кейса
Тема 4. Восприятие и обработка информации потребителем	11	1	0	0	10	Тестирование
Тема 5. Мотивация и личность потребителя	10	1	0	0	9	Тестирование
Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль потребителя	11	1	0	0	10	Тестирование
	72	8	8	2	56	

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.

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

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. 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

Занятие 1. Трудоемкость – 2 часа, в т.ч. занятия в интерактивной форме – 2 часа
Форма проведения – семинар.


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

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

Занятие 2. Трудоемкость – 4 часа
Форма проведения – семинар.

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

- культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение;
- социальная стратификация: определение и историческая обусловленность.

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

- особенности социальной стратификации в России, сложности и пути ее улучшения.

Выполнение кейса:

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

Занятие 3. Трудоемкость – 2 часа

Форма проведения – семинар.

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

- малые группы и групповые коммуникации;
- домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя;
- основные роли членов семьи с точки зрения их участия в процессе принятия решения о покупке и ее реализации.

Выполнение кейса:

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. 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 поведении 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


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

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 деятельности
27. Основные права потребителей в РФ

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
Тема 1. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	8	Тестирование, зачет
Тема 2. Культура и социальная стратификация общества как основные факторы макрорегулирования на потребительское поведение	Проработка учебного материала, подготовка кейса, подготовка к зачету	9	Тестирование, обсуждение кейса, зачет
Тема 3. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя	Проработка учебного материала, подготовка кейса, подготовка к зачету	10	Тестирование, обсуждение кейса, зачет
Тема 4. Восприятие и обработка информации потребителем	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	10	Тестирование, зачет
Тема 5. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	9	Тестирование, зачет
Тема 6. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	10	Тестирование, зачет

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная литература

1. Дубровин И.А., Поведение потребителей : Учебное пособие / Дубровин И. А. - М. : Дашков и К, 2018. - 312 с. - ISBN 978-5-394-01475-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394014758.html>

2. Белокопытова, Надежда Геннадьевна. Поведение потребителей : электронный учебный курс / Белокопытова Надежда Геннадьевна, Ю. О. Моисеева. - Ульяновск : УлГУ, 2016. - . - URL: <https://portal.ulsu.ru/course/view.php?id=94943> . - Режим доступа: Портал ЭИОС УлГУ. - Текст : электронный.

дополнительная литература

1. Поведение потребителей : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев, О. А. Лебедева, А. Г. Васильев [и др.] ; под редакцией Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 238 с. — ISBN 978-5-238-01280-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81820.html>

3. Бакальская Е. В. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов всех экономических направлений подготовки и специальностей / Е. В. Бакальская; УлГУ, ИЭиБ. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 993 КБ). - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2166/Bakalskaya2019-33.pdf>

учебно-методическая литература:

1. 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. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 539 КБ). - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1903/Bakalskaya2019-13.pdf>

Согласовано:

ДИРЕКТОР НБ
Должность сотрудника научной библиотеки


БУРХАНОВА М.М.
ФИО


подпись

01.06 2022
дата

б) Программное обеспечение

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

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

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – 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, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. **Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. **SMART Imagebase** : научно-информационная база данных EBSCO // 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 . – URL: <http://window.edu.ru/> . – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.


7. Образовательные ресурсы УлГУ:

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

СОГЛАСОВАНО:

зам. нач. УИТиТ *Ключков В.В.* *[Подпись]* 03.06.2022

Должность сотрудника УИТиТ ФИО подпись дата

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

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

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 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.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик:



доцент Е.В. Бакальская