

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 26.08.2022 15:18:49

Университетская программа: ИМ

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**

**«Майкопский государственный технологический университет»**

**Факультет экономики и управления**

**Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма**

**Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.И. Задорожная

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

**Б1.В.ДВ.06.02 Поведение потребителей на рынке услуг**

по направлению подготовки

43.03.01 Сервис

по профилю подготовки (специализации)

Сервис и управление жилищно-коммунальным хозяйством

квалификация (степень) выпускника

бакалавр

форма обучения

Очная, Заочная,

год начала подготовки

2022

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 43.03.01 Сервис

**Составитель рабочей программы:**

доцент, канд. экон. наук

(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП

21.08.2022

(подпись)

Галинская Наталья

Николаевна

(Ф.И.О.)

**Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:**

Маркетинга, сервиса и туризма

(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

24.08.2022

Подписано простой ЭП

24.08.2022

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)

**Согласовано:**

Руководитель ОПОП

заведующий выпускающей

кафедрой

по направлению подготовки

(специальности)

24.08.2022

Подписано простой ЭП

24.08.2022

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)



## 1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

**Цель изучения дисциплины** «Поведение потребителей на рынке услуг» - приобретение теоретических знаний и практических навыков по современным концепциям, подходам и методам управления поведением потребителей на рынке услуг в условиях глобализации.

**Задачи:**

- рассмотреть внешние и внутренние факторы потребительского поведения;
- раскрыть возможности использования потребительского поведения в маркетинге для влияния на процесс принятия потребителем решения о покупке;
- изучить особенности поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений и усиления конкуренции на рынке услуг;
- изучить прогрессивные методы управления потребительским поведением.



## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору части формируемым участниками образовательных отношений Блока 1 и направлена на изучение анализа и воздействия на потребительское поведение в условиях современного рынка. Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Русский язык и культура речи», «Технологии делового общения», «Основы ценообразования и тарифного регулирования в сфере жилищно-коммунального хозяйства», «Организация обслуживания на предприятиях сервиса» и др.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Поведение потребителей» применяется при прохождении преддипломной практики и написании ВКР.



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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-4.1	Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности
ПКУВ-4.2	Участвует в разработке системы клиентских отношений
ПКУВ-4.3	Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений
УК-4.1	Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами
УК-4.2	Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.
УК-4.3	Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.
УК-4.4	Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия
УК-5.1	Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем
УК-5.2	Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения.
УК-5.3	Придерживает принципов недискриминационного взаимодействия основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели



#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
			За	Лек	Пр	СРП		
Курс 4	Сем. 8	1	18	18	0.25	107.75	<b>144</b>	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	
			Лек	Пр	КРАТ	Контроль		
Курс 5	Сем. 9	6	8	0.25	3.75	126	<b>144</b>	4



## 5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8	Введение. Предмет и задачи дисциплины	1 - 2	2		2				13		Блиц-опрос, тестирование
8	Понятие и содержание потребительского поведения	3 - 4	2		2				13		Блиц-опрос, тестирование
8	Новые товары и инновации	5 - 6	2		2				13		Блиц-опрос, тестирование
8	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	7 - 8	2		2				13		Блиц-опрос, тестирование
8	Способы разрешения конфликта с чужой окружающей средой	9 - 10	2		2				13		Блиц-опрос, тестирование
8	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	11 - 12	2		2				14		Блиц-опрос, тестирование
8	Процесс принятия решения о покупке	13 - 16	4		4				14		Блиц-опрос, тестирование
8	Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке	17 - 18	2		2				14,75		Блиц-опрос, тестирование
8	Итоговая аттестация					0,25					Зачет
	<b>ИТОГО:</b>		<b>18</b>		<b>18</b>	<b>0,25</b>			<b>107.75</b>		

### 5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
9	Введение. Предмет и задачи дисциплины	2						15	
9	Понятие и содержание потребительского поведения	2						15	
9	Новые товары и инновации	2						16	
9	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей			2				16	
9	Способы разрешения конфликта с чужой окружающей средой			2				16	
9	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей			1				16	
9	Процесс принятия решения о покупке			2				16	
9	Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке			1				16	

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
9	Итоговая аттестация					0,25	3,75		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>6</b>		<b>8</b>		<b>0.25</b>	<b>3.75</b>	<b>126</b>	



#### 5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Поведение потребителей на рынке услуг», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8/9	Введение. Предмет и задачи дисциплины	2	2		Предмет и содержание дисциплины. Общее понятие о поведении потребителей. Необходимость в привлечении наук о поведении к изучению личности потребителя и управления его установками. Парадигмы понимания и изучения личности потребителя. Комплексный, интегративный подход, включающий различные методики исследования и различные подходы к объяснению поведения потребителя. Интегративная структура личности. Психология влияния. Психология мотивирования. Психология потребительского поведения.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2;	Знать: методы структуризации потребностей; Уметь: проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке потребительского поведения и конкретных форм его управления; Владеть: навыками применения экономического, социологического, психологического и маркетингового подходов к анализу потребительского поведения.	Лекция-беседа
8/9	Понятие и содержание потребительского поведения	2	2		Развитие науки о поведении потребителей. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Потребление как предмет маркетингового анализа. Потребитель и рынок. Концепции маркетинга, ориентированные на потребителя. Методология исследований потребительского поведения. Роль	УК-4.1; УК-4.2;	Знать: управление потребительским поведением на основе современных технологий применяемых в данной области; систему методов изучения и прогнозирования будущих нужд, запросов и предпочтений потенциальных потребителей ;последовательность проведения анализа возможностей освоения	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					исследований поведения потребителей в современном маркетинге. Влияние поведения потребителей на управление брендом компании. Объект и предмет и задачи дисциплины «Поведение потребителей». Связь поведения потребителей и фундаментальными науками. История изучения поведения потребителей. Модернизм и постмодернизм. Модель поведения потребителей и факторы его определяющие.		рынка; Уметь: воздействовать на мотивацию покупателя; разрабатывать соответствующую маркетинговую стратегию по оптимизации потребительского поведения. Владеть: навыками диагностирования факторов влияния на поведение потребителей и их учета при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.	
8/9	Новые товары и инновации	2	2		Понятие инновации. Классификация инновации по степени их воздействия на поведение потребителя. Формы новых продуктов. Факторы, влияющие на скорость диффузии инновации. Классификация потребителей по времени восприятия ими новинок. Инноваторы, ранние освоители, раннее большинство, позднее большинство, запаздывающие. Разработка и продвижение товаров (услуг), реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей.	УК-5.1; УК-5.3;	Знать: потребности покупателей (клиентов) для обеспечения наиболее полного их удовлетворения; Уметь: выбирать наиболее подходящие в конкретных маркетинговых ситуациях решения, способные положительно повлиять на выбор потребителя и его отношение к компании; Владеть: навыками моделирования покупательского (потребительского) поведения в условиях социальной ответственности бизнеса.	Слайд-лекция
8/9	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	2			Понятие потребительского рынка. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителя: демографические,	УК-5.1; УК-5.2;	Знать: модели покупательского поведения и факторы, влияющие на него; цели, задачи и необходимость изучения внешних и	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					экономические, природные, научно-технические, политические, культурные. Понятие культуры. Структура культуры. Воздействие культурных ценностей на поведение потребителей. Влияние субкультуры (этнической, религиозное, возрастное и т.д.) на поведение потребителей. Культура потребления, ее формирование, динамика развития. Понятие социализации и интериоризации. Агенты социализации. Ресоциализация.		внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей; Уметь: выявлять факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей на рынке в целом; Владеть: технологиями формирования спроса на основе знания экономических основ поведения потребителя, структуры рынков и конкурентной среды отрасли.	
8/9	Способы разрешения конфликта с чужой окружающей средой	2			Геттоизация, ассимиляция, колонизация, частичная ассимиляция. Особенности потребительской социализации. Семья и домохозяйство. Особенности современной семьи. Влияние возраста и этап жизненного цикла семьи на потребительское поведение. Роли членов семьи в принятии решения о покупке. Изучение влияния семьи на поведение потребителей. Решение семейных конфликтов при покупательском поведении. Социальные факторы, влияющие на поведение потребителей. Характеристики групп взаимодействия: рефератные группы, членский коллектив. Типология рефератных	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-4.3;	Знать: современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей; Уметь: выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей; разрабатывать соответствующую маркетинговую стратегию по оптимизации потребительского поведения; Владеть: способами эффективного общения с покупателями.	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					<p>групп. Способы воздействия группы на поведение индивидов. Социальное положение. Социальная стратификация. Характеристики основных общественных классов. Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Исследование влияния социальных факторов на поведение потребителей. Маркетинг и оценка влияния социальных факторов на поведение потребителей. Методы измерения принадлежности к классу. Определение роли и статуса индивида. Характеристика различных ролей индивида при покупательском поведении. Роль инициатора, фактора, покупателя, пользователя, роль принимающего решение, роль сторожа.</p>			
8/9	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	2			<p>Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Основные этапы процесса обработки информации. Избирательное восприятие, избирательное искажение, избирательное запоминание. Понятие</p>	УК-5.2; УК-5.3;	<p>Знать: цели приобретения товаров, услуг целевыми сегментами; систему ценностей потребителей, их намерения и особенности поведения; Уметь: разбираться во множестве внешних и внутренних факторах потребительского поведения, а также возможности их использования в маркетинге для влияния</p>	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					усвоения, убеждения, отношения. Способы формирования отношения. Обучение потребительскому поведению. Методы обучения (классический – бихевиористический, когнитивный, оперантное обусловливание). Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Типы потребностей и их удовлетворение. Вовлеченность потребителей. Методы исследования мотивации. Измерение личных ценностей. Теории личности, их применение в маркетинге. Тип личности и представление о самом себе. Персональные ценности. Жизненный стиль. Основные виды ресурсов потребителя. Психография. Методы описания жизненного стиля.		на процесс принятия потребителем решения о покупке; Владеть: привлечения и удержания внимания покупателя, создания благоприятной атмосферы для покупок.	
8/9	Процесс принятия решения о покупке	4			Процесс принятия решений о покупках в организациях. Особенности рынка организации. Рынок товаров промышленного назначения, его особенности. Виды закупок товаров промышленного назначения. Участники принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Факторы, влияющие на покупателей	ПКУВ-4.3; УК-4.1; УК-4.4;	Знать: социально - психологические аспекты работы с потребителем; особенности процесса принятия решения о покупке; основные управленческие методы воздействия на потребительское поведение. Уметь: диагностировать факторы влияния на поведение потребителей и разрабатывать маркетинговые стимулы для коммуникационной	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					товаров промышленного назначения. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Решения о закупках промежуточных продавцов. Участники решений о закупках товаров для перепродажи. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Рынок государственных учреждений. Решения о закупках покупателей от имени государственных учреждений. Участники решений о закупках от имени государственных учреждений. Факторы, влияющие на закупщиков государственных учреждений. Процедуры правительственных закупок.		кампании или мероприятия; Владеть: навыками выявления и анализа потребительских проблем; навыками межличностной коммуникации с потребителями и деловыми партнерами.	
8/9	Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке	2			Основные характеристики потребительских ситуаций. Типы ситуаций. Процесс принятия решения о покупке. Осознание проблемы. Поиск информации. Источники поиска информации. Критический анализ и синтез необходимой информации по потребительскому поведению. Комплект осведомленности и комплект выбора. Оценка вариантов. Применение системного подхода для решения поставленных	ПКУВ-4.3; УК-4.2;	Знать: законы психики человека, действие психофизиологических механизмов, видов и функций познавательных, волевых, эмоциональных психических процессов; Уметь: разбираться в специфике формирования и реализации инновационных стратегий, направленных на формирование определенной модели потребительского поведения, а также на управление этим поведением на рынке	Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					<p>задач. Решение о покупке. Отношение других людей и непредвиденные факторы обстановки. Характеристик покупателей. Внутри магазинные характеристики. Типы покупательского поведения. Оценка реакции потребителей на покупку. Влияние коммуникации на поведение потребителей: источник коммуникации, коммуникация (сообщение), характеристики аудитории. Влияние цвета на поведение потребителей. Особенности поведения потребителей в зависимости от принадлежности к полу. Понятие консюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консюмеризм.</p>		<p>услуг; Владеть: навыками выявления и анализа потребительских проблем, межличностной коммуникации с потребителями и деловыми партнерами, факторного анализа внешней и внутренней среды коммерческой фирмы на структуру и содержание потребительского поведения.</p>	
	ИТОГО:	<b>18</b>	<b>6</b>					

### 5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
8/9	Введение. Предмет и задачи дисциплины	Введение. Предмет и задачи дисциплины	2		
8/9	Понятие и содержание потребительского поведения	Понятие и содержание потребительского поведения	2		
8/9	Новые товары и инновации	Новые товары и инновации	2	2	
8/9	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	2	2	
8/9	Способы разрешения конфликта с чужой окружающей средой	Способы разрешения конфликта с чужой окружающей средой	2	1	
8/9	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	2	2	
8/9	Процесс принятия решения о покупке	Процесс принятия решения о покупке	4	1	
8/9	Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке	Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке	2		
	<b>ИТОГО:</b>		<b>18</b>	<b>8</b>	

### Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

### 5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

### 5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено



## 5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
8/9	Введение. Предмет и задачи дисциплины	Подготовить ответы на вопросы:1. Просмотреть первые попытки разработки теории потребления.2. Рассмотреть исследования в области потребительского поведения в 1950-1960 годы.3. Изучить основные этапы маркетинговой революции.4. Рассмотреть исследования в области потребительского поведения в 1970-80-х годах.5. Рассмотреть постмодернистские исследования.	1-2 неделя	13	15	
8/9	Понятие и содержание потребительского поведения	Подготовить ответы на вопросы:1. Изучить основные понятия направления изучения потребителей.2. Изучить главные трудности измерения имиджа предприятия.3. Рассмотреть типы известности.4. Изучить систему ценностей потребителей и уровня удовлетворения их запросов.5. Изучить намерения и поведение потребителей.	3-4 неделя	13	15	
8/9	Новые товары и инновации	Подготовить ответы на вопросы:1. Рассмотреть планирование новых товаров как возможность удовлетворения нужд потребителей.2. Просмотреть этапы процесса планирования новых товаров.3. Изучить принцип распределения ответственности за планирование новых товаров.4. Изучить принципы разработки программы поиска идей.5. Рассмотреть фазы творчества.	5-6 неделя	13	16	
8/9	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	Подготовить ответы на вопросы:1. Проанализировать культуру как причину потребительского поведения.2. Изучить ценности и нормы субкультуры.3. Рассмотреть этнические модели поведения потребителей.4. Изучить структуру культуры поведения.5. Проанализировать механизмы действия культуры.	7-8 неделя	13	16	
8/9	Способы разрешения конфликта с чужой окружающей средой	Подготовить ответы на вопросы:1. Процесс оценки и выбора альтернатив. 2. Оценочные критерии: сущность и измерение.Выбор оценочных критериев, определение суждений потребителей о продукте по критериям, определение относительной важности оценочного критерия. 3. Правила решений как модель выбора из нескольких альтернатив. 4. Некомпенсационные правила: совместное, раздельное, «элиминирование по аспектам», лексиграфическое. 5. Компенсационные правила: простое и взвешенное сложение. Выбор правила решения потребителем и влияние на него.	9-10 неделя	13	16	
8/9	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	Подготовить ответы на вопросы:1. Культура, этническая принадлежность и социальный класс. 2. Влияние семьи и домохозяйства. 3. Жизненный цикл семьи. 4. Влияние группы и влияние личности. 5. Влияние референтной группы. 6. Диффузия инноваций.	11-12 неделя	14	16	
8/9	Процесс принятия решения о покупке	Подготовить ответы на вопросы:1. Рассмотреть понятие «Моделирования поведения» предприятий-потребителей.2. Изучить особенности принятия решений по закупке товаров группой специалистов.3. Изучить этапы процесса принятия решений о покупкеорганизационными потребителями.4. Рассмотреть типы рынков организаций.	13-16 неделя	14	16	
8/9	Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке	Подготовить ответы на вопросы:1. Изучить основные принципы ситуационного анализа.2. Рассмотреть процесс принятия решения о покупке.3. Рассмотреть влияние внешних факторов.4. Проанализировать сегментирование рынка и возможности предложения потребительской ценности.	17 - 18 неделя	15	16	

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
	<b>ИТОГО:</b>			<b>108</b>	<b>126</b>	

### 5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся
Модуль 3 Учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность	март 2024, ФГБОУ ВО	Ситуационные факторы, влияющие на поведение потребителей	Групповая-лекция-беседа	Галинская Н.Н.	ПКУВ-4.1; УК-4.1;

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

### 6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Хамирзова, С.К. Маркетинг : учебное пособие / С.К. Хамирзова. - Майкоп : Магарин О.Г., 2011. - 264 с.	<a href="http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW+FP81++60+-1+-1+000001">http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW+FP81++60+-1+-1+000001</a>

### 6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 455 с.	<a href="http://www.biblio-online.ru/book/4435587A-F683-4734-B843-470FF772A586">www.biblio-online.ru/book/4435587A-F683-4734-B843-470FF772A586</a> .
Васильев, Г.А. Поведение потребителей : учеб. пособие для студентов вузов / Г.А. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вузовский учебник, 2010. - 410 с.	<a href="http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000072726&amp;time=1661107576&amp;sign=1d1a8445cf9be7dc902fa2ea2756f45b">http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000072726&amp;time=1661107576&amp;sign=1d1a8445cf9be7dc902fa2ea2756f45b</a>
Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Драганчук. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 192 с.	<a href="https://znanium.com/read?id=88638">https://znanium.com/read?id=88638</a>

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

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
<b>УК-4.1</b> Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Технологии делового общения
2	2		Ознакомительная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
8	9		ОЛ
123	123		Иностранный язык
<b>ПКУВ-4.1</b> Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности			
8	9		ОЛ
4	6		Основы ценообразования и тарифного регулирования в сфере жилищно-коммунального хозяйства
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
8	9		Преддипломная практика
7	7		Организация обслуживания на предприятиях сервиса
78	89		Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг
7	89		Модуль получения квалификации "Агент по продаже недвижимости "
7	8		Квалификационный экзамен по модулю "Агент по продаже недвижимости"
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
7	8		Рынок недвижимости
<b>УК-4.2</b> Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
8	9		ОЛ
2	2		Ознакомительная практика
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Технологии делового общения
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
<b>УК-4.3</b> Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
8	9		ОЛ
2	2		Ознакомительная практика
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Технологии делового общения
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
<b>УК-4.4</b> Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия			
2	2		Ознакомительная практика
8	9		ОЛ
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Технологии делового общения
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
<b>УК-5.1</b> Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем			
8	9		ОЛ
2	2		Ознакомительная практика
1	1		История (история России, всеобщая история)
2	2		История и культура адыгов
3	4		Культурология
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
<b>УК-5.2</b> Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения.			
8	9		ОЛ
2	2		Ознакомительная практика
1	1		История (история России, всеобщая история)
2	2		История и культура адыгов
3	4		Культурология
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
<b>УК-5.3</b> Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели			
2	2		Ознакомительная практика
8	9		ОЛ
1	1		История (история России, всеобщая история)
2	2		История и культура адыгов
3	4		Культурология
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
<b>ПКУВ-4.2</b> Участвует в разработке системы клиентских отношений			
8	9		ОЛ
4	6		Основы ценообразования и тарифного регулирования в сфере жилищно-коммунального хозяйства
7	78		Модуль получения квалификации "Агент по продаже недвижимости "
7	8		Квалификационный экзамен по модулю "Агент по продаже недвижимости"
7	7		Организация обслуживания на предприятиях сервиса
7	8		Рынок недвижимости
78	89		Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика
<b>ПКУВ-4.3</b> Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений			
8	9		ОЛ
4	6		Основы ценообразования и тарифного регулирования в сфере жилищно-коммунального хозяйства
7	7		Организация обслуживания на предприятиях сервиса
78	89		Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг
7	78		Модуль получения квалификации "Агент по продаже недвижимости "
7	8		Рынок недвижимости
7	8		Квалификационный экзамен по модулю "Агент по продаже недвижимости"
8	9		Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9		Поведение потребителей на



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			рынке услуг
8	9		Преддипломная практика
4	4		Организационно-управленческая практика
6	6		Сервисная практика

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами					
<b>Знать:</b> - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.					
<b>Владеть:</b> - современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
<b>Знать:</b> основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками	Частичное владение	Несистематическое применение	В систематическом	Успешное и систематическое	





Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	навыками	навыков	применении навыков допускаются пробелы	применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
<b>Знать:</b> - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.					
<b>Владеть:</b> - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаюсь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия					
<b>Знать:</b> этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;					
<b>Владеть:</b> различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.1 Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем					
<b>Знать:</b> - особенности межкультурного взаимодействия; - основные типы мировоззрения	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> - выявлять обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем особенности межкультурного взаимодействия; преодолевать культурный барьер, воспринимая межкультурные различия; - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> - способностью	Частичное владение	Несистематическое применение	В систематическом	Успешное и систематическое	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.	навыками	навыков	применении навыков допускаются пробелы	применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					
УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения.					
<b>Знать:</b> - историю развития общества; - основные типы мировоззрения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> - анализировать закономерности исторического развития; реализовывать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов культурно-исторического и социокультурного развития России и других регионов в контексте ряда культурных традиций мира.- анализировать закономерности исторического развития.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> - специальной терминологией, историческими знаниями и использовать их при анализе современной ситуации. - навыком эффективной коммуникации на основе толерантности	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах					



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-5.3 Придерживает принципов недискриминационного взаимодействия основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели					
<b>Знать:</b> - принципы толерантного отношения к культурным особенностям представителей различных этносов и конфессий. - основные типы мировоззрения; типы социального взаимодействия на групповом и индивидуальном уровнях.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> - реализовывать не дискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении поставленной задачи. - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> - способностью придерживается принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий.- навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя					
ПКУВ-4.1 Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности					
<b>Знать:</b> клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений					
<b>Уметь:</b> использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя					
ПКУВ-4.2 Участвует в разработке системы клиентских отношений					
<b>Знать:</b> основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; основы организации исследования потребительских и профессиональных рынков товаров и услуг	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> разрабатывать системы клиентских отношений; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
современного этикета.					
<b>Владеть:</b> навыками развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; методологией измерения эффективности деятельности предприятия сервиса ЖКХ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя					
ПКУВ-4.3 Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений					
<b>Знать:</b> модель потребительского поведения, сущность обслуживания, терминологию сервисной деятельности, функции сферы сервиса; технологии исследования внутренней и внешней среды организаций сферы сервиса ЖКХ	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
<b>Уметь:</b> достигать высокого уровня удовлетворенности потребителей на основе принципов и инструментов маркетинга; использовать методы оценки и выявления резервов экономии от оптимизации движения и использования материального и других потоков на предприятии	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками применения системного, процессного и ситуационного подходов при принятии управленческого решения; методикой организации процесса сервиса предприятий жилищно-коммунальной	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
сферы.					

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

#### Темы рефератов:

1. Поведение потребителей, связь дисциплины с другими науками.
2. Стратегия маркетинга и поведение потребителей.
3. Характеристика основных моделей поведения.
4. Восприятие. Свойства восприятия и формирование потребительского поведения.
5. Ощущения. Виды и свойства ощущений и их влияние на поведение потребителей.
6. Внимание. Свойства внимания.
7. Роль внимания восприятия товаров и услуг.
8. Память. Типы памяти. Роль памяти в восприятии.
9. Интерпретация и ее основные характеристики.
10. Обучение и стратегии позиционирования продукта.
11. Характеристика основных теорий личности.
12. Использование теорий личности в рекламе и формировании поведения потребителей.
13. Характеристика основных типов поведения потребителей.
14. Личностный профиль потребителя.
15. Роль психографики в формировании поведения потребителей.
16. Соотношение понятий «потребность», «мотив», «мотивация».
17. Характеристика установок и стереотипов потребительского поведения.
18. Манипуляции потребительским поведением.
19. Эмоции. Виды эмоций. Роль эмоций в восприятии рекламы.
20. Персональные ценности и поведение потребителя

#### Тестовые задания:

1. Какой потребительский мотив обусловлен преимущественно дизайном и другими аспектами внешнего вида товара?
  - а) утилитарный
  - б) мотив престижа
  - в) эстетический
  - г) мотив традиции
  - д) мотив визуальный
2. Как называется тип потребителей, которые тщательно выбирают появившуюся новинку?
  - а) новаторы
  - б) избирательный
  - в) независимый
  - г) безразличный
  - д) «вдумчивый»
3. Как называется совокупность психологических характеристик человека?
  - а) образ жизни
  - б) запрос
  - в) тип личности
  - г) потребитель
  - д) образ потребления
4. Какой потребительский мотив обусловлен преимущественно техническими характеристиками товара?
  - а) утилитарный





- б) мотив престижа
- в) эстетический
- г) мотив традиции
- д) мотив массовости

5. Какой потребительский мотив обусловлен преимущественно национально-культурными особенностями?

- а) утилитарный
- б) мотив престижа
- в) эстетический
- г) мотив традиции
- д) мотив массовости

6. Какой потребительский мотив обусловлен преимущественно предпочтением торговой марки (бренда)?

- а) утилитарный
- б) мотив престижа
- в) эстетический
- г) мотив традиции
- д) мотив массовости

7. Как называется стереотип, который затрагивает нерешенные проблемы человечества (зависть, ревность, любовь, смерть и т. п.)?

- а) вечный стереотип
- б) стереотип, заложенный с детства
- в) временный стереотип
- г) приобретенный стереотип
- д) поведенческий стереотип

8. Какой потребительский мотив используется при рекламировании товара известной личностью?

- а) эстетический
- б) утилитарный
- в) мотив традиции
- г) мотив достижения
- д) мотив желаний

9. Как называется стереотип, который наработан рекламой, фильмами, телепередачами и т. п.?

- а) вечный стереотип
- б) стереотип, заложенный с детства
- в) временный стереотип
- г) приобретенный стереотип

д) поведенческий стереотип

10. Удовлетворение одной первичной потребности может быть достигнуто за счет удовлетворения другой.

- а) Верно
- б) Неверно

11. Существуют первичные потребности, которые могут оставаться неудовлетворенными.

- а) Верно
- б) Неверно

12. Бюджетные линии никогда не пересекаются.

- а) Верно
- б) Неверно

13. У рационального потребителя предельные полезности всех потребляемых им товаров равны.

- а) Верно
- б) Неверно

14. Кривые безразличия двух товаров пересекаются в точке равновесия потребителя.

- А) Верно
- Б) Неверно



15. Маша максимизирует свое удовлетворение от потребления конфет и пирожных, когда она потребляет такое их количество, которое представлено точкой касания линии ее бюджетного ограничения и

кривой безразличия. А) Верно

Б) Неверно

16. Если А и В- совершенные товары- субституты, то их предельная норма замены постоянна.

А) Верно

Б) Неверно

17. Оптимальное правило покупки рационального потребителя состоит в том, что он покупает товар по наивысшей цене.

А) Верно

Б) Неверно

18. В кардиналистской теории полезности не учитывается ограниченность денег у покупателя.

А) Верно

Б) Неверно

19. Рациональный потребитель будет покупать разные товары по одинаковой цене только тогда, когда полезность этих товаров тоже будет для него одинакова.

А) Верно

Б) Неверно

20. Укажите верное утверждение: Может ли общая полезность товара Х возрасти при одновременном снижении предельной полезности этого товара?

А) не может, так как снижение предельной полезности означает одновременное падение общей полезности.

Б) может, но только до того момента, пока общая полезность в расчете на единицу товара Х не сравняется с его предельной полезностью.

В) может, согласно закону убывающей предельной полезности.

### Вопросы к зачёту:

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 кросс культурных 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. Рефератные 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. Источники поиска информации. Критический анализ и синтез необходимой информации по потребительскому поведению

16. Мотивационные схемы: мотивы поведения потребителей, их виды и использование в маркетинге

17. Классификации мотивов и мотивационный конфликт: использование их в продвижении услуги

18. Роль эмоций и их использование в маркетинге

19. Жизненный стиль потребителей и его модели

20. Процесс потребительского принятия решения о покупке как оценки различных атрибутов продукта

21. Влияние поведения потребителей на управление брендом компании.

22. Классификация типов решений потребителя о покупке



23. Процесс осознания потребителем потребности в товаре (услуге)
24. Разработка и продвижение товаров (услуг), реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей
25. Процесс оценки и формирования потребителем альтернатив (вариантов) покупки?
26. Показатели выбора источника и предмета покупки
27. Внутри магазинные факторы покупки: экспозиция, планировка магазина, атмосфера магазина, торговый персонал, цена товара и ситуация отсутствия товара
28. Характеристика основных причин повторных покупок и формирования приверженности потребителя к конкретной торговой фирме
  
29. Социальная ответственность коммерческих организаций за результаты своей деятельности
30. Основные права потребителей в РФ
31. «Потребитель», «покупатель», «клиент» - соотнесение понятий
32. Психические свойства, процессы и состояния в контексте моделей потребительского поведения
33. Классификации потребностей и мотивов потребительского поведения
34. Методы исследования мотивации потребителя
35. Общие модели принятия решения потребителем, критерии и оценка вариантов.
36. Рациональность/ иррациональность потребительского решения
37. Знания потребителя как факторы, опосредующие принятие решения. Механизм убеждения в коммуникации. Когнитивные стратегии обучения потребителя.
38. Отношения и установки (стереотипы) потребителя как факторы, опосредующие принятие решения: понятия, классификации. Ригидность и ригидное потребительское поведение. Механизмы подражания и заражения
39. Личность потребителя с позиций отечественной психологии (самосознание, локус контроля, ценностно-целевая сфера)
40. Конфликт с потребителем, стратегии поведения в конфликте (модель Томаса-Килмена), его права, «образы потребителя»
41. Этика бизнеса, ситуация нанесения «морального вреда»
42. Особенности отдельных категорий потребителей: россияне, гендерные особенности; возрастные особенности; этнические особенности; профессиональные особенности
43. Методы для нахождения и определения мотивов и желаний потребителей
44. Применение системного подхода для решения поставленных задач. Решение о покупке

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

### **Требования к написанию реферата**

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.	
<b>Критерии оценивания реферата:</b>	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением



	дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует выводы.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное не понимание проблемы.

### **Требования к выполнению тестового задания**

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

### **Критерии оценки знаний при проведении тестирования**

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;



Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

### **Критерии оценки знаний студентов на зачете**

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.



## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### 8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Васильев, Г.А. Поведение потребителей : учеб. пособие для студентов вузов / Г.А. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вузовский учебник, 2010. - 410 с.	<a href="http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000072726&amp;time=1661107576&amp;sign=1d1a8445cf9be7dc902fa2ea2756f45b">http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000072726&amp;time=1661107576&amp;sign=1d1a8445cf9be7dc902fa2ea2756f45b</a>
Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Драганчук. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 192 с.	<a href="https://znanium.com/read?id=88638">https://znanium.com/read?id=88638</a>

### 8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Хамирзова, С.К. Маркетинг : учебное пособие / С.К. Хамирзова. - Майкоп : Магарин О.Г., 2011. - 264 с.	<a href="http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fol2?SHOW+FP81++60+-1+-1+000001">http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fol2?SHOW+FP81++60+-1+-1+000001</a>
Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 455 с.	<a href="http://www.biblio-online.ru/book/4435587A-F683-4734-B843-470FF772A586">www.biblio-online.ru/book/4435587A-F683-4734-B843-470FF772A586</a>

### 8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". - Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: <https://www.book.ru/cat/578/1>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. <http://znanium.com/catalog/> IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". - Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и



распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: [http://nlr.ru/nlr\\_visit/RA1162/rnb-today](http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) ) <https://нэб.пф/> Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. [/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya](https://www.economy.gov.ru/) Ресурсы открытого доступа Министерство экономического развития Российской Федерации - <https://www.economy.gov.ru/> <https://www.economy.gov.ru/>



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

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
<p><b>Тема 1. Введение. Предмет и задачи дисциплины</b></p> <p>Предмет и содержание дисциплины. Общее понятие о поведении потребителей. Необходимость в привлечении наук о поведении к изучению личности потребителя и управления его установками. Парадигмы понимания и изучения личности потребителя. Комплексный, интегративный подход, включающий различные методики исследования и различные подходы к объяснению поведения потребителя. Интегративная структура личности. Психология влияния. Психология мотивирования. Психология потребительского поведения.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1., ПКУВ -4.2.</p>
<p><b>Тема 2. Понятие и содержание потребительского поведения</b></p> <p>Развитие науки о поведении потребителей. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Потребление как предмет маркетингового анализа. Потребитель и рынок. Концепции маркетинга, ориентированные на потребителя. Методология исследований потребительского поведения. Роль исследований поведения потребителей в современном маркетинге. Влияние</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК – 4.1., УК – 4.2.</p>



поведения потребителей на управление брендом компании. Объект и предмет и задачи дисциплины «Поведение потребителей». Связь поведения потребителей и фундаментальными науками. История изучения поведения потребителей. Модернизм и постмодернизм. Модель поведения потребителей и факторы его определяющие.				
<p><b>Тема 3. Новые товары и инновации</b></p> <p>Понятие инновации. Классификация инновации по степени их воздействия на поведение потребителя. Формы новых продуктов. Факторы, влияющие на скорость диффузии инновации. Классификация потребителей по времени восприятия ими новинок.</p> <p>Инноваторы, ранние освоители, раннее большинство, позднее большинство, запаздывающие. Разработка и продвижение товаров (услуг), реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей.</p>	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК – 5.1., УК – 5.3.
<p><b>Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</b></p> <p>Понятие потребительского рынка. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителя: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурные. Понятие культуры. Структура культуры. Воздействие культурных ценностей на поведение потребителей. Влияние субкультуры (этнической, религиозное, возрастное и т.д.) на поведение потребителей. Культура потребления, ее формирование, динамика развития. Понятие социализации и интериоризации. Агенты социализации. Ресоциализация.</p>	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК – 5.1., УК – 5.2.
<p><b>Тема 5. Способы разрешения конфликта</b></p>	Лекция,	Аудиторная	Устная речь, письмо,	ПКУВ-4.1.,

<p><b>с чужой окружающей средой</b></p> <p>Геттоизация, ассимиляция, колонизация, частичная ассимиляция. Особенности потребительской социализации. Семья и домохозяйство. Особенности современной семьи. Влияние возраста и этап жизненного цикла семьи на потребительское поведение. Роли членов семьи в принятии решения о покупке. Изучение влияния семьи на поведение потребителей. Решение семейных конфликтов при покупательском поведении. Социальные факторы, влияющие на поведение потребителей. Характеристики групп взаимодействия: рефератные группы, членский коллектив. Типология рефератных групп.</p> <p>Способы воздействия группы на поведение индивидов. Социальное положение. Социальная стратификация. Характеристики основных общественных классов.</p> <p>Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Исследование влияния социальных факторов на поведение потребителей. Маркетинг и оценка влияния социальных факторов на поведение потребителей. Методы измерения принадлежности к классу. Определение роли и статуса индивида. Характеристика различных ролей индивида при покупательском поведении. Роль инициатора, фактора, покупателя, пользователя, роль принимающего решение, роль сторожа.</p>	<p>конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ -4.2., УК – 4.3.</p>
<p><b>Тема 6. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей</b></p> <p>Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Основные этапы процесса обработки информации. Избирательное восприятие, избирательное искажение, избирательное запоминание. Понятие усвоения, убеждения, отношения. Способы формирования отношения. Обучение</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК – 5.2., УК – 5.3.</p>

<p>потребительскому поведению. Методы обучения (классический –бихевиористический, когнитивный, оперантное обусловливание). Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Типы потребностей и их удовлетворение. Вовлеченность потребителей. Методы исследования мотивации. Измерение личных ценностей. Теории личности, их применение в маркетинге. Тип личности и представление о самом себе. Персональные ценности. Жизненный стиль. Основные виды ресурсов потребителя. Психография. Методы описания жизненного стиля.</p>				
<p><b>Тема 7. Процесс принятия решения о покупке</b></p> <p>Процесс принятия решений о покупках в организациях. Особенности рынка организаций. Рынок товаров промышленного назначения, его особенности. Виды закупок товаров промышленного назначения. Участники принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Факторы, влияющие на покупателей товаров промышленного назначения. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Решения о закупках промежуточных продавцов. Участники решений о закупках товаров для перепродажи. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Рынок государственных учреждений. Решения о закупках</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.3., УК – 4.1., УК – 4.4.</p>

<p>покупателей от имени государственных учреждений. Участники решений о закупках от имени государственных учреждений. Факторы, влияющие на закупщиков государственных учреждений. Процедуры правительственных закупок.</p>				
<p><b>Тема 8. Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке</b></p> <p>Основные характеристики потребительских ситуаций. Типы ситуаций. Процесс принятия решения о покупке. Осознание проблемы. Поиск информации. Источники поиска информации. Критический анализ и синтез необходимой информации по потребительскому поведению. Комплект осведомленности и комплект выбора. Оценка вариантов. Применение системного подхода для решения поставленных задач. Решение о покупке. Отношение других людей и непредвиденные факторы обстановки. Характеристик покупателей. Внутри магазинные характеристики. Типы покупательского поведения. Оценка реакции потребителей на покупку. Влияние коммуникации на поведение потребителей: источник коммуникации, коммуникация (сообщение), характеристики аудитории. Влияние цвета на поведение потребителей. Особенности поведения потребителей в зависимости от принадлежности к полу. Понятие консюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консюмеризм.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ – 4.3., ПКУВ-3.1., УК – 4.2.</p>

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

### 10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
1С Предприятие 8.3 - учебная версия Свободная лицензия
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

### 10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: <a href="http://znanium.com/catalog">http://znanium.com/catalog</a> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: <a href="https://www.book.ru/cat/578/1">https://www.book.ru/cat/578/1</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. <a href="http://znanium.com/catalog/">http://znanium.com/catalog/</a>
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/586.html">http://www.iprbookshop.ru/586.html</a> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <a href="http://www.iprbookshop.ru/586.html">http://www.iprbookshop.ru/586.html</a>
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <a href="http://nlr.ru/">http://nlr.ru/</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: <a href="http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today">http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today</a> ) <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a>
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: <a href="https://elibrary.ru/defaultx.asp">https://elibrary.ru/defaultx.asp</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <a href="https://elibrary.ru/defaultx.asp">https://elibrary.ru/defaultx.asp</a>
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. <a href="/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya">/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya</a>
Ресурсы открытого доступа
Министерство экономического развития Российской Федерации - <a href="https://www.economy.gov.ru/">https://www.economy.gov.ru/</a> <a href="https://www.economy.gov.ru/">https://www.economy.gov.ru/</a>



Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: <a href="http://znanium.com/catalog">http://znanium.com/catalog</a> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: <a href="https://www.book.ru/cat/578/1">https://www.book.ru/cat/578/1</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. <a href="http://znanium.com/catalog/">http://znanium.com/catalog/</a>
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/586.html">http://www.iprbookshop.ru/586.html</a> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <a href="http://www.iprbookshop.ru/586.html">http://www.iprbookshop.ru/586.html</a>
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <a href="http://nlr.ru/">http://nlr.ru/</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: <a href="http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today">http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today</a> ) <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a>
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: <a href="https://elibrary.ru/defaultx.asp">https://elibrary.ru/defaultx.asp</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <a href="https://elibrary.ru/defaultx.asp">https://elibrary.ru/defaultx.asp</a>
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a>
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. <a href="/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya">/index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya</a>
Ресурсы открытого доступа
Министерство экономического развития Российской Федерации - <a href="https://www.economy.gov.ru/">https://www.economy.gov.ru/</a>



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

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19), 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	
Помещения для самостоятельной работы (1-Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»), 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, дом № 191, Здание учебного корпуса	Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	1С Предприятие 8.3 - учебная версия Свободная лицензия7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

