

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2019_105952
Актуализировано: 24.03.2021

Рабочая программа дисциплины
Поведение потребителей

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
	шифр
	Менеджмент МиС
	наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04
	шифр
	Маркетинг
	наименование
Формы обучения	Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Фокина Ольга Васильевна

ФИО

Соловьёва Анастасия Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Целью изучения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование комплекса знаний о потребителях, потребностях, факторах, влияющих на потребителя, умений исследовать потребности (спрос) потребителей и навыков анализов ситуации на конкурентном рынке.
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - изучить характеристику личности потребителя, факторы, влияющие на потребителя для разработки стратегии организации, обеспечивающей конкурентоспособность предприятия; - рассмотреть процесс принятия решения потребителем о покупке для возможности анализа взаимосвязи со стратегиями компаний и подготовки сбалансированных управленческих решений; - оценить мотивы потребителей, значение консьюмеризма, типы покупательского поведения для разработки проекта или программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программы организационных изменений.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-1

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

Знает	Умеет	Владеет
основные теории мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти; принципы групповой динамики; принципы формирования команды для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов, маркетинговые коммуникации в организационной культуре предприятия	организовывать работу команды маркетингового проекта, проводить аудит человеческих ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте; осуществлять диагностику организационной и маркетинговой культуры	навыками использования основных теорий мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов; навыками организации групповой работы; навыками проведения аудита человеческих ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте и осуществления диагностики организационной и маркетинговой культуры

Компетенция ПК-4

умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Знает	Умеет	Владеет
<p>основные методы финансового менеджмента для оценки активов, эффективности инвестиционных проектов в маркетинговой деятельности; основные методы управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений в маркетинге на основе экономико-математического моделирования; основные методы принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала; методы принятия решений в развитии маркетинга территорий, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p>	<p>применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, эффективности инвестиционных проектов в маркетинге на основе экономико-математического моделирования; применять методы управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений в маркетинге, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала; применять основные методы принятия решений в развитии маркетинга территорий, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p>	<p>навыками применения основных методов финансового менеджмента для оценки активов, эффективности инвестиционных проектов в маркетинговой деятельности на основе экономико-математического моделирования; навыками управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений в маркетинге, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала; навыками принятия решений в развитии маркетинга территорий, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p>

Компетенция ОПК-6

владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

Знает	Умеет	Владеет
<p>методы принятия экономически обоснованных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p>	<p>применять методы финансового управления операционной (производственной) деятельностью организаций в процессе формирования операционных бюджетов</p>	<p>технологиями принятия решений в финансовом управлении операционной (производственной) деятельностью организаций на основе бюджетирования</p>

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Система потребительского поведения при разработке и реализации конкурентоспособной маркетинговой стратегии предприятия	ОПК-6, ПК-1, ПК-4
2	Изучение и оценка факторов, влияющих на поведение потребителя в процессе маркетинговой коммуникации в программах организационных изменений и внедрений инновационных технологий управления маркетингом проекта	ОПК-6, ПК-1, ПК-4
3	Инструменты и методы исследования поведения потребителей в цифровой среде	ПК-1, ПК-4
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-6, ПК-1, ПК-4

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	6 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	6	144	4	83	54	18	36	0	61			6

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Система потребительского поведения при разработке и реализации конкурентоспособной маркетинговой стратегии предприятия»		40.00
Лекции		
Л1.1	Потребитель и потребительское поведение. История изучения поведения потребителя	1.00
Л1.2	Потребности и намерения потребителей	1.00
Л1.3	Процесс принятия решения	2.00
Л1.4	Типы покупательского поведения	1.00
Л1.5	Подходы к формированию моделей покупательского поведения	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Особенности типов и моделей покупательского поведения в цифровой среде	4.00
П1.2	Диагностика потребностей и намерений потребителей	4.00
П1.3	Новейшие методики диагностики потребностей и намерений потребителей в цифровой среде в условиях глобализации	4.00
П1.4	Процесс принятия решения о покупке товара или услуги	2.00
П1.5	Особенности принятия решения о покупке в цифровой среде в условиях глобализации	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Управление поведением потребителем как фактор конкурентного преимущества на конкурентном рынке	6.00
С1.2	Процесс принятия решения о покупке товара-новинки	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 2 «Изучение и оценка факторов, влияющих на поведение потребителя в процессе маркетинговой коммуникации в программах организационных изменений и внедрений инновационных технологий управления маркетингом проекта»		34.50
Лекции		
Л2.1	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	2.00
Л2.2	Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей	2.00
Л2.3	Маркетинговые стимулы, влияющие на поведение потребителей	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Оценить ситуации с учетом процесса принятия решения потребителем (Социальный статус. Референтная группа. Домохозяйство)	2.00

П2.2	Оценить ситуации с учетом процесса принятия решения потребителем (Культура. Ценности. Демография)	2.00
П2.3	Оценить ситуации с учетом процесса принятия решения потребителем (Экономическое положение. Тип личности)	2.00
П2.4	Оценить ситуации влияния коммуникационной политики предприятия на поведение потребителей	4.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Психологические факторы влияния на поведение потребителей	5.50
С2.2	Воздействие товарной и ценовой политики на поведение потребителей	5.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 3 «Инструменты и методы исследования поведения потребителей в цифровой среде»		42.50
Лекции		
ЛЗ.1	Основные направления изучения поведения потребителей	1.00
ЛЗ.2	Методы и инструменты исследования покупательского поведения на конкурентном рынке	2.00
ЛЗ.3	Методы и инструменты исследования потребителей в цифровой среде в условиях глобализации	3.00
Семинары, практические занятия		
ПЗ.1	Разработка анкеты для изучения потребностей и намерений покупателей	4.00
ПЗ.2	Исследование стиля жизни потребителей. Исследование мнений потребителей о марках товаров	2.00
ПЗ.3	Исследование психографических типов с сегментированием рынка и выявлением факторов влияния на процесс принятия решения о покупке	2.00
ПЗ.4	Изучение уровня удовлетворенности запросов потребителей	2.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Разработка анкеты для анализа покупательского поведения	8.00
СЗ.2	Новейшие сервисы анализа покупательского поведения в цифровой среде в условиях глобализации рынка	8.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	10.50
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
Э4.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР4.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР4.2	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		144.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Поведение потребителей. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 238 с. - ISBN 978-5-238-01280-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Сбоева, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Сбоева. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 128 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-8158-1900-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483710/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Семилетова, Я. И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 81 с. : схем., ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494824/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Грачева, О. Ю. Поведение потребителей: шпаргалка : учебное пособие / О.Ю. Грачева. - 2-е изд. - Саратов : Научная книга, 2020. - 32 с. : табл. - ISBN 978-5-9758-2011-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578440/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Корягин, А. Е. Права потребителей: инструкция по применению от Объединения потребителей России / Рос. газета ; Рос. газета. - Москва : [б. и.], 2013. - 191 с. - (Библиотечка "Российской газеты" ; вып. 2). - 250.00 р. - Текст : непосредственный.

6) Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / Финан. ун-т при Правительстве РФ ; ред. С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2017. - 456 с. : рис., ил., фото. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 376-377 (27 назв.). - ISBN 978-5-534-00354-3 : 1122.54 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Макарова, Т. Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. - ISBN 978-5-4475-4621-2 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Колупаев, Вячеслав Павлович. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей : видеолекция: дисциплина "Международный менеджмент" / В. П. Колупаев ; ВятГУ. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/factory-vneshnego-vliyaniya-na-povedenie-potrebiteli> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

3) Заушицына, Лилия Леонидовна. Поведение потребителя. Теория предельной полезности : видеолекция: дисциплина "Экономическая теория" / Л. Л. Заушицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФЭФ, каф. ЭК. - Киров : ВятГУ, [2015]. - + 1 on-line. - Загл с экрана. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/povedenie-potrebitelya-teoriya-predelnoi-poleznosti> (дата обращения: 19.11.2015). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

4) Маркетинг в XXI веке: глобализация и новые технологии : сборник статей / М. Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 63 с. : схем., табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9344-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473030/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Дули, Р. Нейромаркетинг: как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. - Минск : Попурри, 2018. - 337 с. - ISBN 978-985-15-3230-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481957/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Фокина, Ольга Васильевна. Развитие концепции маркетинга покупательского опыта в условиях цифровой экономики : монография / О. В. Фокина ; ВятГУ. - Киров : Научное изд-во ВятГУ, 2018. - 135, [1] с. - 500 экз. - ISBN 978-5-98228-168-5 : Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 08.05.2018). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Учебно-методические издания

1) Фокина, Ольга Васильевна. Основы маркетинга в цифровой экономике : учебно-методическое пособие по выполнению практических заданий для направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", профиль "Управление проектами" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2020. - 28 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 10.01.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - М. : Изд-во Финпресс. - Выходит раз в два месяца. - ISSN 1028-5849. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 48 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
НОУТБУК Acer Aspire 5920G

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=105952