

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет управления и экономико-технологического образования
Кафедра менеджмента и экономики образования

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
«» 2016 г.

Анализ поведения потребителей

Программа учебной дисциплины

Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры менеджмента и экономики образования
«30» июня 2016 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой _____
(подпись) Сидорова Г.М. (зав. кафедрой) «30» июня 2016 г.
(дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета управления и экономико-технологического образования «29» августа 2016 г., протокол № 1

Председатель учёного совета _____
(подпись) Сидорова Г.М. «29» августа 2016 г.
(дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«29» августа 2016 г., протокол № 1

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № <u>1</u>	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)
Лист изменений № _____	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)
Лист изменений № _____	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)

Разработчики:

Файзулин Евгений Фаридович, ст. преподаватель кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Программа дисциплины «Анализ поведения потребителей» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7) и базовому учебному плану по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (от 30 мая 2016 г., протокол № 13).

1. Цель освоения дисциплины

Сформировать у студентов знания о компонентах теоретико-методологических оснований поведения потребителей, методов управления поведением потребителей на рынке товаров / услуг в современных условиях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Анализ поведения потребителей» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Анализ поведения потребителей» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Логистика», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Организация продаж», «Основы маркетинговых коммуникаций», «Реклама», «Стратегический маркетинг», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация», «Управление продуктом».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Бренд-менеджмент», «Информационные системы маркетинга», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг образовательных услуг», «Маркетинговое консультирование», «Маркетинговый анализ», «Международный маркетинг», «Организация связей с общественностью», «Правовое регулирование маркетинговой деятельности», «Промышленный маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Управление маркетингом», «Управление продуктом», «Финансовые аспекты маркетинга», прохождения практики «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные модели поведения потребителей;
- факторы (внутренние и внешние), оказывающие влияние на процесс принятия решения о покупке и его этапы;
- принципы консьюмеризма;

уметь

- моделировать поведение потребителей;
- понимать и управлять воздействием основных внешних и внутренних факторов, определяющих потребительское поведение;
- исследовать отношение потребителей;

владеть

- методикой исследований поведения потребителей в современном маркетинге;
- методами определения субъектов принятия решений, типов решений о покупке и

этапов процесса принятия решения;

– приемами диагностики поведения покупателей от лица организаций.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4з / 4л
Аудиторные занятия (всего)	20	6 / 14
В том числе:		
Лекции (Л)	6	6 / –
Практические занятия (ПЗ)	14	– / 14
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
Самостоятельная работа	120	30 / 90
Контроль	4	– / 4
Вид промежуточной аттестации		– / ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	144
	зачётные единицы	4
		36 / 108
		1 / 3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в поведение потребителей	Концепция культуры. Классификация культурных ценностей. Функционирование культуры. Культурные ценности и поведение потребителей. Влияние культуры на выбор отдельного потребителя и процесс потребления общества в целом. Национальная культура и субкультура. Измерения культур по Г. Хофстеду. Концепция социального класса. Основные критерии принадлежности к социальному классу. Социальная структура общества в США и России. Методы исследования социальных классов. Сегментирование рынка; особенности покупательского поведения социальных классов.
2	Поведение индивидуальных потребителей	Референтные группы и их типы. Формы влияния референтных групп на выбор потребителя. Вербальное влияние. Модели процессов персонального влияния. Влиятели - лидеры мнений. Использование персонального влияния в маркетинговых целях. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Новые товары и инновации. Поведение индивидуальных потребителей. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей.
3	Организационное покупательское поведение и Консьюмеризм	Покупатели от имени организаций. Понятие консьюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консьюмеризм.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Введение в поведение потребителей	2	4	–	40	46
2	Поведение индивидуальных потребителей	2	6	–	40	48
3	Организационное покупательское поведение и Консьюмеризм	2	4	–	40	46

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Поведение потребителей (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)»/ Г.А. Васильев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 238 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52533>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Дубровин И.А. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дубровин И.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 312 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10953>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник/ Меликян О.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59953>.— ЭБС «IPRbooks».

6.2. Дополнительная литература

1. Денисова Е.С. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Денисова Е.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11061>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Титова В.А. Управление поведением потребителей [Электронный ресурс]: учебник/ Титова В.А., Глебова Д.В., Титова Т.В.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2013.— 387 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/45051>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Хмелевская Т.И. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Хмелевская Т.И.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2010.— 119 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14383>.— ЭБС «IPRbooks».

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru/>).
2. Информационно-справочная система "Гарант".
3. ЭБС Лань (<http://e.lanbook.com/>).

8. Информационные технологии и программное обеспечение

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

1. Офисный пакет (Microsoft Office, Open Office или др.).
2. Графический редактор.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Анализ поведения потребителей» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий.
2. Комплект мультимедийного презентационного оборудования.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Анализ поведения потребителей» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний,

обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной

аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Анализ поведения потребителей» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.