

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 Е.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 Сидорова Е.М. \_\_\_\_\_  
(подпись) «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 № 1 \_\_\_\_\_  
(подпись) Сидорова Е.М. (руководитель ОПОП) 19.06.17г. (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
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	20	6 / 14
В том числе:		
Лекции (Л)	6	6 / –
Практические занятия (ПЗ)	14	– / 14
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
<b>Самостоятельная работа</b>	120	30 / 90
<b>Контроль</b>	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.