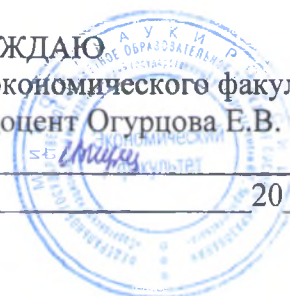


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета
к.э.н., доцент Огурцова Е.В.

" " 20 г.



Рабочая программа дисциплины

Психология потребителя

Направление подготовки бакалавриата

38.04.01 Экономика

Профиль подготовки бакалавриата

Аналитика предпринимательства

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения

заочная

Саратов,

2022

| Статус | ФИО | Подпись | Дата |
|--------------------------------|-------------------------------|---------|------|
| Преподаватель-разработчик | Землянухина Надежда Сергеевна | | |
| Председатель НМК | Балаш Ольга Сергеевна | | |
| Заведующий кафедрой | Дорофеева Любовь Ивановна | | |
| Специалист Учебного управления | | | |

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Психология потребителя» является формирование у будущего специалиста комплекс знаний, умений и навыков, которые позволят ему в будущей деятельности адекватно объяснять особенности поведения и мотивации различных категорий потребителей и использовать это в своей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология потребителя» ФТД.01 является факультативной. Необходимыми знаниями для изучения данной дисциплины являются знания, полученные в результате изучения таких дисциплин, как: «Микроэкономика (продвинутый уровень)». Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при подготовке и защите ВКР.

3. Результаты обучения по дисциплине Психология потребителя

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикаторов достижения компетенции | Результаты обучения |
|---|---|---|
| УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | 1.1_М.УК-5. Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знание причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей. | Знать: - особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения; - причины появления социальных обычаев и различий в поведении людей. Уметь: - адекватно объяснять особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения. Владеть: - навыками взаимодействия с людьми различного социального и культурного происхождения. |
| ПК-2 Способен подготавливать и проводить маркетинговые исследования с целью формирования и реализации маркетинговой стратегии | ПК-2.6. Понимает и может грамотно применять категориальный аппарат и инструментарий психологии потребителя | Знать: - категориальный аппарат и инструментарий дисциплины психология потребителя Уметь: - грамотно применять категориальный аппарат и инструментарий психологии потребителя. Владеть: - навыками понимания и адекватного применения категорий и инструментов психологии потребителя |

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных [единицы 72 часа.

| № п/п | Раздел дисциплины | Се- мест Р | Неде- ля семе- стра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | КСР | Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Формы промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>) |
|----------|--|------------------|------------------------------|--|----------------------|----------------------------|-----------|---|
| | | | | Лек- ции | Практические занятия | Общая трудоемко- сть | | |
| 1 | Категориальный аппарат психологии потребителя | 2 | | 4 | | | 32 | |
| 10 | Итого за 2 семестр 36 часов | | | 4 | | | 32 | |
| 11 | Категориальный аппарат психологии потребителя. | 3 | | 1 | 1 | | 5 | Устный опрос, обсуждение докладов |
| | Учет многообразия культур в психологии потребителя | 3 | | 1 | 1 | | 5 | Устный опрос, обсуждение докладов и заданий |
| | Инструментарий психологии потребителя | 3 | | 2 | 4 | | 12 | Устный опрос, Обсуждение заданий |
| | Промежуточная аттестация -4 часа | | | | | | | Зачет |
| | Итого за 3 семестр 36 часов | | | 4 | 6 | | 22 | Зачет 4 |

Содержание дисциплины

Тема 1. Категориальный аппарат психологии потребителя.

1. Психология потребления как наука и практика.
2. История становления психологии потребления в России и за рубежом.
3. Основные понятия, принципы и положения психологии потребления в Америке и Западной Европе.
4. Товар и услуга как объекты потребления.
5. Атрибуты товара и каузальная атрибуция.
6. Потребительский выбор.
7. Факторы потребления.

8. Потребительские предпочтения.
9. Товарный фетишизм.
10. Демонстративное потребление.

Тема 2. Учет многообразия культур в психологии потребителя

1. Особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения;
2. Причины появления социальных обычаев и различий в поведении людей.
3. Социальные группы потребителей, психографические модели потребления.
4. Эффекты потребления и их психологическое содержание.
5. Социально-психологические составляющие потребления.
6. Экономическая и потребительская социализация.
7. Потребительские группы с различными предпочтениями (типология потребителей).

Тема 3. Инструментарий психологии потребителя.

1. Модели предпокупочных процессов. Потребительский цикл.
2. Методы исследования психологии потребителя (в том числе тесты, опросники, большие данные и др.).
3. Методы выявления потребительских групп.
4. Применения цифровых технологий к исследованию психологии потребителя.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины Психология потребителя

При реализации программы дисциплины Психология потребителя используются различные образовательные технологии: во время аудиторных занятий проводятся лекции с использованием ПК и мультимедийного проектора, в том числе возможно проведение лекций в дистанционной форме на платформе GoogleMeet; практические занятия ориентированы на применение современных образовательных технологий, включающих анализ конкретных ситуаций, задания, научные дискуссии по наиболее острым проблемам психологии потребителя.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателей (консультации и помощь в написании рефератов, статей и при выполнении домашних заданий) и индивидуальную работу студента в компьютерном классе, дома или библиотеке.

Методы обучения, применяемые при изучении дисциплины способствуют закреплению и совершенствованию знаний, овладению умениями и получению навыков в области теории и практики исследования психологии потребителя. Содержание учебного материала диктует выбор методов обучения:

информационно-развивающие – лекция, объяснение, демонстрация, решение тестов, анализ ситуаций, самостоятельная работа с рекомендуемой литературой;

проблемно-поисковые и исследовательские – самостоятельная проработка предлагаемых проблемных вопросов, заданий по дисциплине, подготовка презентаций.

Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются необходимыми печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья для организации самостоятельной работы, текущей и промежуточной аттестации в целях успешного освоения дисциплины (дистанционные формы контактов студентов и преподавателей через Интернет; дополнительные консультации, электронные учебные пособия, задания, тесты, и др.)

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины, и в целом в учебном процессе они составляют не менее 60% аудиторных занятий.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Для организации самостоятельной работы студентов подготовлены учебно-методические материалы по каждой теме: лекции, вопросы для самопроверки, задания, вопросы для зачета, темы докладов и рефератов, список литературы. Такой материал позволяет применять следующие формы самостоятельной работы студентов:

- проработка, закрепление и контроль знаний по некоторым темам курса, выносимым на самостоятельное изучение;
- подготовка электронных презентаций выбранных студентами тем изучаемого курса, в том числе и выносимых на самостоятельное изучение, а также презентаций докладов, рефератов, групповых проектов;
- ответы на контрольные вопросы к каждой теме курса;
- обсуждение дискуссионных проблем на основе вопросов для обсуждения и анализа конкретных ситуаций;
- письменные домашние задания, предполагающие ответы на вопросы к конкретной ситуации, с последующей проверкой и оценкой преподавателем;
- использование компьютерной техники, Интернет;
- самостоятельная разработка студентами своих тестов по определенным темам курса и обмен ими для контроля знаний друг друга;
- доклады и рефераты, включающие как дополнительную подготовку теоретических вопросов, требующих изучения первоисточников по курсам, так и подготовку вопросов, связанных с анализом практических ситуаций и статистических данных;

- участие в научной работе в форме подготовки научных работ для участия в факультетских, университетских, областных и российских конкурсах студенческих работ, а также в форме подготовки и публикации статей в научных сборниках студентов экономического факультета;
- оценка самостоятельной работы студентов на семинарских занятиях и в рамках консультаций.

Пример вопросов для самоконтроля

1. В чем различия в подходах к исследованию психологии потребителя представителей различных психологических школ?
2. Какие сквозные технологии применяются для анализа поведения потребителей?
3. Есть ли различия в основных понятиях и принципах психологии потребления в Америке и Западной Европе?
4. В чем причины появления социальных обычаев и различий в поведении людей?

Пример заданий

1. Определите склонность к демонстративному потреблению у себя или у исследуемого потребителя.
2. Постройте психологический профиль потребителя.
3. Объясните особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения

***Пример тем докладов, рефератов к дисциплине
«Психология потребителя»***

1. Классификации факторов потребления и потребительского поведения.
2. Социально-психологические факторы потребления.
3. Психологические (личностные) факторы потребления.
4. Экономические факторы потребления.
5. Ситуативные факторы потребления.

***Пример вопросов для зачета
к дисциплине «Психология потребителя»***

1. Основы понятия психологии потребления.
2. История становления психологии потребления в России и за рубежом.
3. Потребительский выбор.
4. Факторы потребления.
5. Потребительские предпочтения.
6. Товарный фетишизм.
7. Демонстративное потребление.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1. Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

| Семестр | Лекции | Лабораторные занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа | Автоматизированное тестирование | Другие виды учебной деятельности | Промежуточная аттестация | Итого |
|---------|--------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------|
| 3 | 5 | 0 | 40 | 10 | 0 | 5 | 40 | 100 |

Программа оценивания учебной деятельности студента

Лекции

Посещаемость и активная работа на лекции за один семестр – от **0** до **5** баллов.

Лабораторные занятия не предусмотрены

Практические (семинарские) занятия

Контроль подготовки и активной работы на семинарских занятиях в течение одного семестра - от **0** до **40** баллов.

Самостоятельная внеаудиторная работа

Подготовка реферата по одной из тем курса с выступлением на одном из семинарских занятий - от **0** до **10** баллов.

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Дополнительно

1. Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от **0** до **5** баллов.

Промежуточная аттестация

Проводится в форме устного зачета

11-40 баллов – ответ на «зачтено»

0-10 баллов – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за четвертый семестр по дисциплине «Психология потребителя» составляет 100 баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Рынок труда» в оценку (зачет):

| | |
|----------------|-------------|
| 100- 51 баллов | «зачтено» |
| 50-0 баллов | «незачтено» |

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) Литература:

1. Антонова, Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения : монография / Н.В. Антонова. - 2. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. - 211 с. БД ЭБС "Инфра-М"
2. Быкова, А. В. Поведение потребителей : учебное пособие / А. В. Быкова, Л. И. Овчинникова. - Москва : РТУ МИРЭА, 2020. - 69 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/167598>. -
3. Поведение потребителей : учебник / В.Н. Наумов. - 2, перераб. и доп. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 345 с. БД ЭБС "Инфра-М"
4. Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей : Монография / О. С. Посыпанова. - Саратов : Вузовское образование, 2019. - 341 с. БД ЭБС "IPRbooks"

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Лицензионное программное обеспечение:

Windows Vista Business Russian Upgrade, Microsoft Office 2007, Office Professional Plus 2013, Microsoft Windows Professional 7 Russian, Microsoft Office 2007, Microsoft Windows Vista Business, Microsoft Office 2007 Russian Academic, Microsoft Windows Professional 7 R*ussian

Электронная библиотека учебно-методической литературы

Электронно-библиотечная система издательства "Лань"

Электронная библиотечная система "Znaniium.com"

Электронная библиотечная система издательства "Юрайт»

Электронно-библиотечная система "ibooks.ru"

Электронно-библиотечная система "РУКОНТ"

Электронно-библиотечная система "БИБЛИОРОССИКА"

Электронно-библиотечная система "IPRbooks"

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Экономический факультет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом. Лекционные аудитории, оборудованные для проведения интерактивных занятий; аудитории для практических занятий с интерактивными досками, предназначенные для осуществления презентаций и докладов; компьютерные классы, необходимые для компьютерных вычислений; электронная библиотека СГУ.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и профилю подготовки 38.04.01 *Экономика, Аналитика предпринимательства*

Автор д.э.н., профессор Землянухина Надежда Сергеевна

Программа одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга от 23.05.2022 года, протокол № 11.