

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.16**

(Индекс дисциплины)

**Поведение потребителей**

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 05

Специальность: 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация: Менеджер по продажам

Программа подготовки: Базовая

**План учебного процесса**

| Составляющие учебного процесса  |  | Очное обучение | Очно-заочное обучение | Заочное обучение |
|---|--|----------------|-----------------------|------------------|
| Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы) | <b>Максимальная учебная нагрузка</b>                   | 75             |                       | 75               |
|   | <b>Обязательные учебные занятия</b>                    | 50             |                       | 12               |
|   | Лекции, уроки  | 42             |                       | 8                |
|   | Практические занятия, семинары                         | 8              |                       | 4                |
|   | Лабораторные занятия                                   |                |                       |                  |
|   | Курсовой проект (работа)                               |                |                       |                  |
|   | <b>Самостоятельная работа</b><br>(в т.ч. консультации) | 25(5)          |                       | 63               |
| Формы контроля по семестрам<br>(номер семестра)   | Экзамен  |                |                       |                  |
|   | Зачет  | 3              |                       | 2 курс           |
|   | Контрольная работа                                     |                |                       |                  |
|   | Курсовой проект (работа)                               |                |                       |                  |

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 21-02/1/10, 20-02/1/10, 21-02/3/1, 20-02/3/1, 19-02/3/1

Составитель(и): Преподаватель Трофимова Л.В.

*(должность, Ф.И.О., подпись)*

Председатель цикловой комиссии СД 05: Трофимова Л.В.

*(Ф.И.О. председателя, подпись)*

### **СОГЛАСОВАНИЕ:**

Директор колледжа: Корабельникова М.А.

*(Ф.И.О. директора, подпись)*

Методический отдел: Ястребова С. А.

*(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)*

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

|                          |                                     |              |   |   |                                     |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------|---|---|-------------------------------------|
| Самостоятельная          | <input checked="" type="checkbox"/> | Обязательная | <input type="checkbox"/>                | Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл | <input type="checkbox"/>            |
| Часть модуля             | <input type="checkbox"/>            | Вариативная  | <input checked="" type="checkbox"/>     | Математический и общий естественнонаучный учебный цикл    | <input type="checkbox"/>            |
| Профессиональный модуль: | <input type="checkbox"/>            |              |   | Профессиональный учебный цикл                             | <input checked="" type="checkbox"/> |
|                          | (Индекс модуля)                     |              | (Наименование профессионального модуля) |   |                                     |

## 1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области определения мотивов и движущих внешних и внутренних факторов поведения потребителей

## 1.3. Задачи дисциплины

- Раскрыть современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей;
- Рассмотреть возможности использования данные методы в маркетинге для влияния на процесс решения потребителя о покупке.

## 1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1).
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3).
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5).
- Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6).
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 7)
- Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь (ОК 10).

Профессиональные: (ПК)

- Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции (ПК 1.1).
- Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли (ПК 1.4).
- Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг (ПК 1.6).
- Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения (ПК 1.7).
- Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков (ПК 1.9).

## 1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Уметь:
- 1) Изучать внутренние и внешние факторы, влияющие на поведение потребителей (ОК1,3,5,6,7,10, ПК 1.6,1.7,1.9)
  - 2) Изучать и моделировать потребительское поведение (ОК3, ПК 1.1, 1.4,).
  - 3) Выявлять требования потребителей к характеристикам товара (ПК1.6, 1.7, 1.9).
- Знать:
- 1) Факторы, влияющие на поведение потребителей (ОК1,3,5,6,7,10, ПК 1.6,1.7,1.9)
  - 2) Процесс принятия потребителем решения о покупке (ОК3, ПК 1.1, 1.4,).
  - 3) Общественное движение за защиту прав потребителей (ОК3,6,7,10).

## 1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- ОП.02. Статистика (ОК 1, ОК 3)
- ОП.03 Менеджмент (по отраслям) (ОК 1,3, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ПК1.7)
- МДК.03.02. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров (ОК1,3, ОК6-7)

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание тем и форм контроля   | Выделяемое время (часы) |                       |                  |
|---|-------------------------|-----------------------|------------------|
|   | очное обучение          | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| <b>Введение</b><br>Цели и задачи курса, его содержание. Основные понятия, термины и определения<br>Задачи изучения потребительского поведения. Методы изучения поведения потребителей. Маркетинг и потребитель. Маркетинговая ориентация организации на потребителя   | 2                       |                       | 2                |
| <b>Тема 1. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</b><br>Глобальные рынки. Социальная стратификация общества. Группы и групповые коммуникации. Семья и домохозяйство  | 14                      |                       | 14               |
| <b>Тема 2. Внутренние факторы поведения потребителей</b><br>Восприятие. Обучение, память и позиционирование продукта. Мотивация, личность и эмоции. Личностные факторы поведения потребителей. Знание и отношение.  | 16                      |                       | 16               |
| <b>Тема 3. Процесс принятия потребителем решения о покупке</b><br>Ситуационные факторы. Процесс потребительских решений. Информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив.  | 8                       |                       | 8                |
| <b>Тема 4. Покупка и послепродажное поведение потребителей</b><br>Покупка. Послепродажное поведение потребителей.   | 10                      |                       | 10               |
| <b>Тема 5. Особенности поведения потребителей – организаций и индивидуальных потребителей</b><br>Специфика рынка предприятий. Модели поведения покупателей товаров производственного назначения. Факторы, влияющие на поведение покупателей на рынке предприятий. Факторы, определяющие поведение индивидуальных потребителей. Модели потребительского поведения. | 10                      |                       | 10               |
| <b>Тема 6. Права потребителей и их защита</b><br>Права потребителей и их защита. Общественное движение за обеспечение прав потребителей в России и за рубежом. Потребительский экстремизм.  | 6                       |                       | 6                |
| <b>Текущий контроль по дисциплине</b> (формы) в 3 семестре (очн) / на 2 курсе (заочн) – тестирование, проверочные работы, выполнение домашних заданий / тестирование, выполнение домашних заданий, домашняя контрольная работа  | 5                       |                       | 5                |
| <b>Промежуточная аттестация по дисциплине</b> в 3 семестре (очн) / на 2 курсе (заочн) - дифференцированный зачет  | 4                       |                       | 4                |
| <b>ВСЕГО:</b>   | <b>75</b>               |                       | <b>75</b>        |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

### 3.1. Лекции, уроки

| Номера изучаемых тем            | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|---------------------------------|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|                                 | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер курса      | Объем (часы) |
| 1                               | 3              | 10           |                       |              | 2                | 1            |
| 2                               | 3              | 10           |                       |              | 2                | 1            |
| 3                               | 3              | 4            |                       |              | 2                | 1            |
| 4                               | 3              | 4            |                       |              | 2                | 1            |
| 5                               | 3              | 8            |                       |              | 2                | 1            |
| 6                               | 3              | 4            |                       |              | 2                | 1            |
| 1-6<br>дифференцированный зачет | 3              | 2            |                       |              | 2                | 2            |
| <b>ВСЕГО:</b>                   |                | <b>42</b>    |                       |              |                  | <b>8</b>     |

### 3.2. Практические занятия, семинары

| Номера изучаемых тем | Наименование и форма занятий  | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|----------------------|---|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|                      |   | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер курса      | Объем (часы) |
| 1                    | Практическое занятие №1 «Решение ситуационных задач на влияние внешних факторов на поведение потребителей»    | 3              | 2            |                       |              | 2                | 1            |
| 2                    | Практическое занятие №2 «Решение ситуационных задач на влияние внутренних факторов на поведение потребителей» | 3              | 2            |                       |              | 2                | 1            |
| 3                    | Практическое занятие №3 «Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителями решения о покупке»               | 3              | 2            |                       |              | 2                | 1            |
| 4                    | Практическое занятие №4 «Моделирование поведения потребителей»  | 3              | 2            |                       |              | 2                | 1            |
| <b>ВСЕГО:</b>        |   |                | <b>8</b>     |                       |              |                  | <b>4</b>     |

### 3.3. Лабораторные занятия (не предусмотрены)

## 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ (не предусмотрено)

## 5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Номера тем, по которым проводится контроль | Форма контроля знаний       | Очное обучение |        | Очно-заочное обучение |        | Заочное обучение |        |
|--|-----------------------------|----------------|--------|-----------------------|--------|------------------|--------|
|  |                             | Номер семестра | Кол-во | Номер семестра        | Кол-во | Номер курса      | Кол-во |
| 1  | Проверочная работа          | 3              | 1      |                       |        |                  |        |
| 2  | Проверочная работа          | 3              | 1      |                       |        |                  |        |
| 1-6  | Тестирование                | 3              | 1      |                       |        | 2                | 1      |
| 1-6  | Домашняя контрольная работа |                |        |                       |        | 2                | 1      |
| 1-6  | Проверка домашних заданий   | 3              | 4      |                       |        |                  |        |

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Виды самостоятельной работы обучающегося | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|  | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер курса      | Объем (часы) |
| Усвоение теоретического материала        | 3              | 14           |                       |              | 2                | 40           |
| Подготовка к практическим занятиям       | 3              | 4            |                       |              | 2                | 8            |
| Выполнение домашних заданий              | 3              | 5            |                       |              | 2                | 8            |
| Выполнение домашней контрольной работы   | -              | -            |                       |              | 2                | 5            |
| Подготовка к зачету                      | 3              | 2            |                       |              | 2                | 2            |
| <b>ВСЕГО:</b>                            |                | <b>25</b>    |                       |              |                  | <b>63</b>    |

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

| Краткая характеристика вида занятий   | Используемые активные и интерактивные формы  | Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы) |                       |                  |
|---|--|--|-----------------------|------------------|
|   |  | очное обучение   | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| <b>Лекции, комбинированные уроки:</b><br>обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе реальных ситуаций, контролируют уровень освоения нового материала за счет текущего контроля | Метод проектов, групповая и индивидуальная формы работы, игровой метод, презентация домашнего задания, опрос | 10   |                       | 2                |
| <b>Практические занятия:</b> обеспечивают формирование навыков анализа отдельных конкретных ситуаций маркетинговой деятельности предприятия   | Учебная проблема, презентация домашнего задания  | 8  |                       | 4                |
| <b>Лабораторные занятия:</b> не предусмотрены   |  |  |                       |                  |
| <b>ВСЕГО:</b>   |  | 18   |                       | 6                |

### 7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

#### Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

| № п/п             | Вид деятельности обучающегося  | Весовой коэффициент значимости, % | Критерии (условия) начисления баллов  |
|-------------------|--|-----------------------------------|---|
| 1                 | Аудиторная активность: Посещение лекций и практических занятий, своевременная сдача отчетов по практическим работам, устные ответы на занятиях | 30                                | 3 балла за каждое занятие (всего 25 занятий), максимум 75 баллов<br>3 балла за каждый своевременно сданный отчет (всего 4 работы), максимум 12 баллов<br>2 балла за устный ответ (всего 6 тем), максимум 12 баллов,<br>1 балл - ведение конспекта |
| 2                 | Подготовка и предоставление докладов   | 10                                | 50 баллов за доклад<br>50 баллов за презентацию   |
| 3                 | Прохождение текущего контроля  | 20                                | 40 баллов тестирование (20 вопросов по 2 балла)<br>60 баллов проверочная работа (2 работы по 30 баллов)   |
| 4                 | Прохождение промежуточного контроля (зачет)  | 40                                | 100 баллов (4 вопроса по 25 баллов)   |
| <b>ИТОГО (%):</b> |  | 100                               |   |

#### Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

| Баллы    | Оценка по нормативной шкале |            |
|----------|-----------------------------|------------|
| 86 - 100 | 5 (отлично)                 | Зачтено    |
| 75 – 85  | 4 (хорошо)                  |            |
| 61 – 74  |                             |            |
| 51 - 60  |                             |            |
| 40 – 50  | 3 (удовлетворительно)       | Не зачтено |
| 17 – 39  | 2 (неудовлетворительно)     |            |
| 1 – 16   |                             |            |
| 0        |                             |            |

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Поведение потребителей : учебное пособие / Г. А. Васильев, О. А. Лебедева, А. Г. Васильев [и др.] ; под редакцией Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 238 с. — ISBN 978-5-238-01280-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81820.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 2018 с. — ISBN 978-5-394-01043-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85320.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей : монография / О. С. Посыпанова. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 341 с. — ISBN 978-5-4487-0467-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80372.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Горяйнова, Н. М. Поведение потребителей : учебное пособие / Н. М. Горяйнова. — Челябинск : Южно-Уральский институт управления и экономики, 2017. — 272 с. — ISBN 978-5-9908505-9-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81299.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей / И.А. Дубровин. - Москва : Дашков и К, 2018. - 310 с. - ISBN 978-5-394-01475-8. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/25034/reading> - Текст: электронный.

### 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>
2. Межведомственный аналитический центр <http://www.iacenter.ru>
3. Справочная правовая система Консультант Плюс [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
4. Справочная правовая система Гарант [www.garant.ru](http://www.garant.ru).
5. Федеральная налоговая служба [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru)
6. РБК <http://www.rbc.ru/>

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

Программное обеспечение:

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Office Standart 2016

### 8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Кабинет товароведения
2. Проектор
3. Ноутбук

### 8.6. Иные сведения и (или) материалы

Не предусмотрены

## 9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

#### 9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

| Коды компетенций | Показатели оценивания компетенций   | Наименование оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии |
|------------------|---|----------------------------------|---|
| ОК 1             | Определяет сущность и социальную значимость профессии, излагает основные профессиональные задачи  | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ОК 3             | Ориентируется в различных интерпретациях маркетинговой деятельности предприятия, сводит их в единый комплекс функционирования на рынке    | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ОК 5             | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности  | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ОК 6             | Использует различные методы работы с потребителями в зависимости от факторов, влияющих на их поведение                                    | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ОК 7             | Эффективно использует аспекты самомаркетинга в профессиональной деятельности  | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ОК 10            | Грамотно компонует анализируемую информацию из различных источников, эффективно ведет связи с общественностью, составляет план маркетинга | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ПК 1.1           | Использует особенности поведения потребителей-организаций и индивидуальных потребителей   | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ПК 1.4           | Определяет уровни товародвижения  | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ПК 1.6           | Реализует статью закона о защите прав потребителей  | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ПК 1.7           | Использует внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей   | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |
| ПК 1.9           | Рекомендует организацию логистического пути   | Вопросы для письменной работы    | Перечень вопросов по дисциплине (30 вопросов)                   |

### 9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

| Баллы    | Оценка по традиционной шкале | Критерии оценивания сформированности компетенций  |
|----------|------------------------------|---|
|          |                              | Письменная работа   |
| 86 - 100 | 5<br>(отлично)               | Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>                     |
| 75 – 85  | 4<br>(хорошо)                | Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b> |
| 61 – 74  |                              | Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>  |
| 51 - 60  | 3<br>(удовлетворительно)     | Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>  |
| 40 – 50  |                              | Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы.  |



|         |                            |   |
|---------|----------------------------|---|
|         |                            | <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>   |
| 17 – 39 | 2<br>(неудовлетворительно) | Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы.<br><b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b> |
| 1 – 16  |                            | Содержание работы полностью не соответствует заданию.<br><b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>   |
| 0       |                            | Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы.<br><b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>  |

## 9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

### 9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

| № п/п | Формулировка вопросов  |
|-------|--|
| 1.    | Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь областей знаний                |
| 2.    | Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений                   |
| 3.    | Факторы внешнего влияния на потребительское поведение                          |
| 4.    | Демография и культура в потребительском поведении                              |
| 5.    | Культурные вариации в потребительском поведении                                |
| 6.    | Социальное положение потребителя и его маркетинговое значение                  |
| 7.    | Социальный статус потребителей: показатели и выбор шкалы оценки                |
| 8.    | Типы групп влияния на потребительское поведение                                |
| 9.    | Диффузия инноваций и классификация потребителей по скорости освоения инноваций |
| 10.   | Домохозяйство, его типы, структура, жизненный цикл в маркетинговых решениях    |
| 11.   | Внутренние факторы поведения потребителей и их использование в маркетинге      |
| 12.   | Восприятие   |
| 13.   | Обучение   |
| 14.   | Память   |
| 15.   | Отношения  |
| 16.   | Роль и типы ситуационных факторов в принятии решения о покупке                 |
| 17.   | Критерии классификации потребительских решений                                 |
| 18.   | Активация осознания проблемы потребителем                                      |
| 19.   | Информационный поиск в потребительском решении                                 |
| 20.   | Оценочные критерии в потребительском решении                                   |
| 21.   | Правила принятия решений о выборе альтернатив                                  |
| 22.   | Источник покупки: критерии выбора потребителем                                 |
| 23.   | Варианты использования покупок потребителем                                    |
| 24.   | Послепокупочная оценка альтернатив   |
| 25.   | Типы деловых покупателей и решений о покупке                                   |
| 26.   | Деловое покупательское поведение, его модель                                   |
| 27.   | Факторы делового покупательского поведения                                     |
| 28.   | Консюмеризм – история и глобальные перспективы                                 |
| 29.   | Права потребителей и госрегулирование  |
| 30.   | Потребительский экстремизм   |

## 9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

### 9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 27.04.2021г., протокол № 5)

### 9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная

### 9.3.3. Особенности проведения (экзамена, зачета или курсовой работы)

Промежуточный контроль (дифференцированный зачет) проводится в форме письменной работы, которая выполняется аудиторно в течение 2 академических часов (по очной и заочной форме обучения). Обучающимся предоставляются бланки заданий.