

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

«30» _____ 06 _____ 2020 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)	Максимальная учебная нагрузка	75		75
	Обязательные учебные занятия	50		12
	Лекции, уроки	42		8
	Практические занятия, семинары	8		4
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)	25(5)		63
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Зачет	5		3 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 № 20-02/1/2, 19-02/1/2, 18-02/1/2, 20-02/3/2, 19-02/3/2, 18-02/3/2

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

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	5	10			3	1
2	5	10			3	1
3	5	4			3	1
4	5	4			3	1
5	5	8			3	1
6	5	4			3	1
1-6 дифференцированный зачет	5	2			3	2
ВСЕГО:		42				8

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»	5	2			3	1
2	Практическое занятие №2 «Решение ситуационных задач на влияние внутренних факторов на поведение потребителей»	5	2			3	1
3	Практическое занятие №3 «Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителями решения о покупке»	5	2			3	1
4	Практическое занятие №4 «Моделирование поведения потребителей»	5	2			3	1
ВСЕГО:			8				4

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	5	1				
2	Проверочная работа	5	1				
1-6	Тестирование	5	1			3	1
1-6	Домашняя контрольная работа					3	1
1-6	Проверка домашних заданий	5	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	5	14			3	40
Подготовка к практическим занятиям	5	4			3	8
Выполнение домашних заданий	5	5			3	8
Выполнение домашней контрольной работы	-	-			3	5
Подготовка к зачету	5	2			3	2
ВСЕГО:		25				63

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
Лекции, комбинированные уроки: 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
Практические занятия: обеспечивают формирование навыков анализа отдельных конкретных ситуаций маркетинговой деятельности предприятия	Учебная проблема, презентация домашнего задания	8		4
Лабораторные занятия: не предусмотрены				
ВСЕГО:		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 3 балла за каждый своевременно сданный отчет (всего 4 работы), максимум 12 баллов 2 балла за устный ответ (всего 6 тем), максимум 12 баллов, 1 балл - ведение конспекта
2	Подготовка и предоставление докладов	10	50 баллов за доклад 50 баллов за презентацию
3	Прохождение текущего контроля	20	40 баллов тестирование (20 вопросов по 2 балла) 60 баллов проверочная работа (2 работы по 30 баллов)
4	Прохождение промежуточного контроля (зачет)	40	100 баллов (4 вопроса по 25 баллов)
ИТОГО (%):		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
4. Справочная правовая система Гарант www.garant.ru.
5. Федеральная налоговая служба 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 (отлично)	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (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. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы.

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

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 31.08.2013г., протокол № 1)

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.