



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
направленность (профиль) «Управление продажами»

Рабочая программа дисциплины «Поведение потребителей» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление продажами» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Поведение потребителей» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Изучение дисциплины «Поведение потребителей» ориентировано на получение обучающимися знаний в области базовых понятий, экономического содержания и представлений теории и практики поведения потребителей, формирование общей системы теоретических и концептуальных представлений о рыночном поведении потребителей в процессе принятия решения о покупке товаров.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06. Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у обучающихся знаний основных теорий потребительского поведения, приобретение умений и навыков анализа и прогнозирования спроса потребителей.

Задачи дисциплины:

- изучение основных теорий потребительского поведения и способов выявления потребностей покупателей;
- овладение методами анализа и прогнозирования спроса потребителей;
- приобретение навыков по формированию потребностей потребителей;
- формирование навыков моделирования поведения потребителей.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММОЙ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	ИПК 3.1. Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей ИПК 3.2. Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	Знать: способы выявления потребностей покупателей товаров, модели анализа, факторы и теории потребительского поведения. Уметь: анализировать и прогнозировать спрос потребителей. Владеть: навыком моделирования процесса поведения потребителей.

3. Тематический план

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Основные теории потребительского поведения. Способы выявления потребностей покупателей	4	-	32	36
2.	Факторы влияния на поведение потребителей. Стратегии убеждения и мотивации потребителей	4	2	30	36
3.	Процесс принятия потребителями решения о покупке. Методы формирования спроса покупателей	4	2	30	36
Контроль: зачет					-
ИТОГО:		12	4	92	108

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основные теории потребительского поведения. Способы выявления потребностей покупателей

Объект и предмет дисциплины. Понятие «поведение потребителя». Поведение потребителей в современной концепции торговых услуг. Сущность покупательского поведения. Типы покупательского поведения.

Содержание основных понятий потребительского поведения: нужда, потребность, запрос, товар, рынок, спрос, предложение.

Модели анализа покупательского поведения. Анализ теорий потребительского поведения. Методы изучения поведения потребителей.

Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей. Цели сегментирования. Целевой рынок. Целевой сегмент. Роль социальных классов в рыночном сегментировании.

Критерии сегментирования. Методы сегментирования. Стратегии охвата рынка. Позиционирование. Рыночное позиционирование: цели, задачи, концепции. Рыночная ниша.

Тема 2. Факторы влияния на поведение потребителей. Стратегии убеждения и мотивации потребителей

Классификация факторов потребительского поведения. Факторы внутреннего влияния на потребителя: жизненный стиль, эмоции, личность, мотивация, обучение, восприятие. Личность, ценности и стили жизни потребителя. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей: культура, ценности, демография, социальный статус, референтные группы, домохозяйства. Групповое влияние на потребителей. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Домохозяйство и семья как основная единица потребления. Жизненный цикл домохозяйства. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение.

Модели коммуникации с потребителями. Типы коммуникации с потребителями. Маркетинговые коммуникации во взаимодействии с потребителями. Модели поведения потребителей.

Тема 3. Процесс принятия потребителями решения о покупке. Методы формирования спроса покупателей

Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке. Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы процесса потребительского решения.

Оценка и выбор потребителем покупательского решения. Покупочные намерения и типы покупок. Запланированные и незапланированные покупки. Варианты оценки удовлетворенности потребителей.

Моделирование процессов поведения потребителей. Поведение потребителя после покупки. Маркетинговые цели управления послепокупочным процессом.

Влияние ситуации. Источники покупки и их выбор характеристики покупателя, характеристики самого источника. Внутримagaзинные факторы покупки. Влияние технологий продаж на покупательское поведение. Стратегии убеждения.

Управление отношениями с покупателями. Развитие потребительской лояльности для удержания традиционных покупателей и привлечения новых клиентов. Характеристика видов лояльности. Пирамида лояльности. Программы лояльности.

Методы повышения лояльности. Мотивация потребителей. Стимулирование сбыта. Классификация и актуализация стимулов. Процесс обработки информации. Автоматизированный анализ клиентского поведения.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568838>

2. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560489>

Дополнительная литература

1. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563027>

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 410 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 21 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 41 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- интерактивная доска – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое).

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;
- клавиатуры – 4 шт.;

- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1 шт.;

- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетрадь для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитория («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение № 113 для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенное оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;

- компьютерные мыши – 6 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);

- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое);
- графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое);
- Planner 5D (российское, свободно распространяемое);
- Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое);
- Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое).

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»
5. www.sostav.ru – сайт, посвященный проблемам маркетинга и рекламы, содержит новости маркетинга и содержательный словарь. Включает аналитические и исследовательские материалы.