



**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, Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины:

- изучение основных теорий потребительского поведения и способов выявления потребностей покупателей;
- изучение современных моделей анализа и факторов потребительского поведения;
- изучение факторов влияния внутренней среды на поведение потребителей;
- овладение методами анализа и прогнозирования спроса потребителей;
- приобретение навыков по формированию потребностей потребителей;
- овладение методами ситуационного влияния на качество торгового обслуживания потребителей;
- усвоение этапов процесса принятия потребителем решения о покупке;
- формирование практических навыков по моделированию поведения потребителей;
- приобретение навыков оценки удовлетворенности потребителей после покупки товара.

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

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

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	ПК -3	ПК-3.1 Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей	знает способы выявления потребностей покупателей товаров, модели анализа, факторы и теории потребительского поведения	умеет применять факторы влияния внутренней среды на поведение потребителей, анализировать и прогнозировать спрос потребителей	имеет практический опыт формирования спроса потребителем	<u>Контактная работа:</u> Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Доклад с презентацией Реферат Тест <u>Самостоятельная работа</u>
		ПК-3.2 Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	знает этапы процесса принятия потребителем решения о покупке товара	умеет моделировать процессы поведения потребителей, решать профессиональные задачи в области развития программ лояльности для потребителей	имеет практический опыт применения стратегий убеждения и мотивации потребителей для стимулирования поведения потребителем	<u>Контактная работа:</u> Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Реферат <u>Самостоятельная работа</u>

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)										ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая	Из них в форме практической	Самостоятельная работа	
<i>Тема 1. Основные теории потребительского поведения. Способы выявления потребностей покупателей</i>	3	2	2	2						24	Семинар /5 отчет по практикуму по решению задач №1/10 отчет ситуационному практикуму №1/10 Доклад с презентацией /10
<i>Тема 2. Факторы влияния на поведение потребителей Стратегии убеждения и мотивации потребителей</i>	3	2								24	Семинар /5 отчет по практикуму по решению задач №2/10 отчет по ситуационному практикуму №2/10
<i>Тема 3. Процесс принятия потребителями решения о покупке. Методы формирования спроса покупателей.</i>	2									22	Семинар 5 отчет по практикуму по решению задач №3/10 отчет по ситуационному практикуму №3/10 Тест/10 Реферат/5
Всего:	8	4	2	2						92	100
Контроль, час	-										Зачет
Объем дисциплины (в академических часах)	108										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	3										

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. Внутримаркетинговые 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 № 402 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 17 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 33 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- доска маркерная – 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.);
- тетради для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 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 для самостоятельной работы обучающихся – аудитория № 113 (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенная 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.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);

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

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).