

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет социальных технологий и управления
Кафедра Социологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет социальных
технологий и управления

Лига Марина Борисовна

«___» _____ 20___
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.06.02 Исследование потребительского поведения
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 39.03.01 - Социология

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
«___» _____ 20___ г. №___

Профиль – Социология (для набора 2021)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

обеспечить студентам необходимый уровень знаний по изучению и анализу социальноэкономических, мотивационных и ситуационных факторов поведения потребителей с целью его эффективного регулирования и оптимизации.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить и уметь осуществлять анализ социально-экономических факторов потребительского поведения; - изучить эффективные приемы и методы воздействия на поведение потребителей; - изучить условия регулирования и оптимизации поведения потребителя (в том числе процессы принятия решения о покупке, непосредственно покупки и слепокупочного поведения); - оценивать изменения реакций в поведении потребителей.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Для успешного освоения материала бакалавр должен знать специфику российского рынка и происходящие в нем социальные процессы, основные управленческие методы воздействия на потребительское поведение. Обучающийся должен иметь базовую подготовку по основам социологии, экономической теории, методологии и методов социологических исследований, экономической социологии и др. в объеме программы. Дисциплина базируется на имеющихся к этому времени у студентов общетеоретических знаниях, полученных в процессе изучения курсов. Дисциплина «Исследование потребительского поведения» входит в состав модуля «Дисциплины по выбору».

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 7	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	51	51
Лекционные (ЛК)	17	17
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	34	34
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	57	57

Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ПК-2	Описывает проблемную ситуацию	<p>Знать: основные современные технологии маркетинговых исследований применяемых для определения маркетинговой проблемы</p> <p>Уметь: описывать социально-значимые проблемы, объяснять причины их возникновения и прогнозировать пути их решения на основе изучения потребительского поведения</p> <p>Владеть: навыками выявления социальнозначимых проблем и выработать пути их решения на основе изучения потребительского поведения</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З	Л Р	

						(С З)		
1	1.1	Экономическое поведение как объект социологического изучения	Экономическое поведение как объект социологического изучения	22	4	8	0	10
2	2.1	Теории потребностей и потребительское поведение	Теории потребностей и потребительское поведение	22	4	8	0	10
3	3.1	Теория потребительского общества и современность	Теория потребительского общества и современность	19	3	6	0	10
4	4.1	Роль потребительского поведения в рыночной экономике	Роль потребительского поведения в рыночной экономике	16	2	4	0	10
5	5.1	Маркетинг как метод исследования потребительского поведения	Маркетинг как метод исследования потребительского поведения	15	2	4	0	9
6	6.1	Социологические подходы к изучению потребительского поведения	Социологические подходы к изучению потребительского поведения	14	2	4	0	8
Итого				108	17	34	0	57

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Экономическое поведение как социальный	Экономическое поведение как объект социологического изучения	4

		феномен		
2	2.1	Теории потребностей и потребительское поведение	Теории потребностей и потребительское поведение	4
3	3.1	Теория потребительского общества и современность	Теория потребительского общества и современность	3
4	4.1	Роль потребительского поведения в рыночной экономике	Роль потребительского поведения в рыночной экономике	2
5	5.1	Маркетинг как метод исследования потребительского поведения	Маркетинг как метод исследования потребительского поведения	2
6	6.1	Социологические подходы к изучению потребительского поведения	Социологические подходы к изучению потребительского поведения	2

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Экономическое поведение как объект социологического изучения	Экономическое поведение как объект социологического изучения	8
2	2.1	Теории потребностей и потребительское поведение	Теории потребностей и потребительское поведение	8
3	3.1	Теория потребительского общества и современность	Теория потребительского общества и современность	6

		современность		
4	4.1	Роль потребительского поведения в рыночной экономике	Роль потребительского поведения в рыночной экономике	4
5	5.1	Маркетинг как метод исследования потребительского поведения	Маркетинг как метод исследования потребительского поведения	4
6	6.1	Социологические подходы к изучению потребительского поведения	Социологические подходы к изучению потребительского поведения	4

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Экономическое поведение как объект социологического изучения	реферат	10
2	2.1	Теории потребностей и потребительское поведение	доклад	10
3	3.1	Теория потребительского общества и современность	доклад	10
4	4.1	Роль потребительского поведения в рыночной экономике	доклад	10

5	5.1	Маркетинг как метод исследования потребительского поведения	доклад	9
6	6.1	Социологические подходы к изучению потребительского поведения	доклад	8

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. 1. Теория потребительского поведения и спроса. Вып. 1 / под ред. В.М. Гальперина. – Санкт-Петербург: Экономическая школа, 1993. – 380 с. - (Вехи экономической мысли). - ISBN 5-900428-02-8: 5000-00. 2. Статт, Дэвид. Психология потребителя / Статт Дэвид. - Москва; Санкт-Петербург; Воронеж: Питер, 2003. - 445 с.: ил. - (Практическая психология). - ISBN 5-94723-089-5: 320-00.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. 1. Ильин, В. И. Социология потребления: учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 455 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-03742-5. – Режим доступа: www.biblioonline.ru/book/4435587A-F683-4734-B843-470FF772A586. 2. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков: учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Деньгов. – 4-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 410 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-04211-5. – Режим доступа: www.biblioonline.ru/book/6ABD744A-0AB7-4163-A983-248E01A14

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. 1. Кукушкин, И.В. Управление маркетинговой деятельностью организации: маркетинговая среда и потребительский рынок: учеб. пособие / Кукушкин И.В.,

Кашурникова Т.И., Малышев Е.А. – Чита: ЗабГУ, 2012. – 175 с. – ISBN 978-5-9293-0736-20: 127-00 2. Васильев, Г.А. Поведение потребителей: учеб. пособие / Г. А. Васильев. – Москва: Вузовский учебник, 2006. – 240с. – ISBN 5-9558-0006-9: 81-00.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. 1. Экономическая теория: учебник для бакалавров / В. Ф. Максимова [и др.]; под общ. ред. В. Ф. Максимовой. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 580 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3098-6. – Режим доступа: www.biblioonline.ru/book/7BB07A9F-A282-4714-BD36-2536E688E6E1.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
1. www.eLibrary.ru – договор № 223/17-11 от 28.02.2017 г.; 2. ЭБС «Консультант студента» - договор № 223/17-12 от 28.02.2017 г.; 3. ЭБС «Лань» - договор № 223/17-28 от 31.03.2017 г.; 4. ЭБС «Юрайт» - договор № 223/17-27 от 31.03.2017 г.	http://www.biblio-online.ru/book/7BB07A9F-A282-4714-BD36-2536E688E6E1

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

1) MOODLE

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Методика изучения дисциплины строится на основе сочетания самостоятельной работы обучающихся с проведением практических занятий. Поэтому в содержательной части рабочей программы представлены теоретические вопросы, а также дан перечень практических заданий, позволяющих студентам приобрести умения оценки потребительского поведения, методах его исследования.

На практических занятиях студенты представляют результаты проектной деятельности (программа социологического исследования), участвуют в деловых играх, работают с литературой.

В соответствии с учебным планом планируется презентация реферативных работ, дискуссионных обсуждений по темам.

Практические занятия имеют своей целью:

закрепить знания полученные во время самостоятельной работы с учебной литературой; расширить и углубить представления студентов по наиболее актуальным проблемам связанных с потребительским поведением;

сформировать и развить практические навыки и умения, необходимые для будущей профессиональной деятельности;

осуществить контроль за качеством усвоения обучающимися учебной программы.

При подготовке к практическому занятию обучающемуся следует изучить содержание вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые

10
могут быть даны преподавателем.

Затем в библиотеке необходимо подобрать рекомендованные учебные пособия и ознакомиться с решением задания практического занятия. Для решения некоторых коммерческих задач следует подобрать дополнительные литературные источники. Их поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах.

Подготовка к докладу на актуальные темы требует консультации у преподавателя по содержанию и списку литературы, составлению плана доклада, написанию его текста.

Содержание доклада должно быть не более 5-7 страниц машинописного текста, так как для выступления с докладом отводится не более 5-10 минут. При чтении доклада следует применять технические средства, наглядные пособия, приводить примеры. Доклад можно представить в виде презентации PowerPoint.

Результаты самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям и докладу учитываются преподавателем при аттестации студента (зачете).

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий.

Язык обучения (преподавания) – русский.

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Разработчик/группа разработчиков

Разработчик/группа разработчиков:
Анастасия Вадимовна Терентьева

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.