

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 2024)  
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	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](http://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](http://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](http://www.biblioonline.ru/book/7BB07A9F-A282-4714-BD36-2536E688E6E1).

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
1. <a href="http://www.eLibrary.ru">www.eLibrary.ru</a> – 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.	<a href="http://www.biblio-online.ru/book/7BB07A9F-A282-4714-BD36-2536E688E6E1">http://www.biblio-online.ru/book/7BB07A9F-A282-4714-BD36-2536E688E6E1</a>

### 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.