

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА
Факультет Гостиничного и ресторанного бизнеса
Кафедра Менеджмента в индустрии гостеприимства**

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры Менеджмента
в индустрии гостеприимства
Протокол от «04» сентября 2017г.
№ 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.5 ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

направление подготовки
38.03.02 – Менеджмент
направленность (профиль) "Гостиничное и ресторанное дело"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2018

Москва, 2017 г.

Авторы–составители:

Минаева Н.Л., кандидат психологических наук

Заведующая кафедрой
Менеджмента в индустрии
гостеприимства, к.э.н., доцент

_____ И.В. Гончарова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.5 «Поведение потребителей» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--------------------------------|--|
| ПК ОС-26 | Участие в разработке и развитии концепции предприятия питания, гостиничного комплекса | ПК ОС-26.2 | Систематизированное и емкое представление о поведении потребителя как системе, регулируемой внешними и внутренними факторами. Формирование представления о потребительском акте и личности потребителя исходя из современных концепций нейронаучного, экономического и социологического знания. Получение навыков управления процессом принятия решений, |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | коммуникацией и полным перечнем способов воздействия на потребительское поведение. |
|--|--|--|--|

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.ОД.5 «Поведение потребителей» у студентов должны быть сформированы:

| Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|--------------------------------|---|
| ПК ОС-26.2 | <p>на уровне знаний: фундаментальные основы поведения потребителей; специфика физиологии и психологии восприятия и работы сенсорных систем;</p> <p>современные концепции из области теории принятия индивидуальных решений и поведенческой экономики;</p> <p>эффективные методы воздействия на поведение потребителей, наиболее результативные подходы к управлению коммуникацией и лояльностью клиента; внешние и внутренние факторы, детерминирующие принятие решения, включая нормативные, операционные и экспрессивные их виды в разрезе существования малых средних и больших социальных групп;</p> <p>на уровне умений: определять перечень внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние или сопровождающих процесс принятия потребительского решения; осуществлять анализ социокультурных и экономических факторов определяющих потребительский стиль; выбирать и осуществлять мероприятия по проведению специализированных маркетинговых исследований.</p> <p>на уровне навыков: навыки целостного подхода к анализу проблем профессиональной сферы; навыки коммуникации и управления взаимоотношениями с клиентом</p> |

- 2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Объем дисциплины

| Вид учебных занятий и самостоятельная работа | | Объем дисциплины, час. | |
|--|-------|------------------------|---------|
| | | Всего | Семестр |
| | | | 2 |
| Очная форма обучения | | | |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе: | | 34 | 34 |
| лекционного типа (Л) | | 10 | 10 |
| лабораторные работы (практикумы) (ЛР) | | | |
| практического (семинарского) типа (ПЗ) | | 24 | 24 |
| Самостоятельная работа обучающихся (СР) | | 38 | 38 |
| Промежуточная аттестация | форма | зачет | зачет |
| | час. | | |
| Общая трудоемкость (час. / з.е.) | | 72/2 | 72/2 |

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ОД.5 «Поведение потребителей» изучается в 2 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 2 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области основных экономических понятий и категорий, тенденции развития объективных экономических процессов, содержания ключевых понятий о потребностях человека, а также на приобретенные ранее умения и навыки анализировать экономические процессы в России и за рубежом, осуществлять поиск и анализ необходимой информации из различных источников.

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов с литературой. Основным видом учебных занятий по данной дисциплине являются лекции. Практические занятия проводятся в виде семинаров, практических работ, кейсов, групповых заданий. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Очная форма обучения

| № п/п | Наименование тем | Объем дисциплины, час. | | | | | СР | Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации |
|--------------------------|--|------------------------|---|----|----|-----|----|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | КСР | | |
| Тема 1 | Введение в дисциплину | 9 | 1 | | 4 | | 4 | ДЗ, ПД, ПЗ |
| Тема 2 | Биологические и другие фундаментальные основы потребительского поведения | 11 | 1 | | 4 | | 6 | О, ДЗ, Т, ПЗ |
| Тема 3 | Социальные факторы, детерминирующие потребительское поведение | 12 | 2 | | 4 | | 6 | ПЗ, Э, Т, РК, ДЗ |
| Тема 4 | Знание потребителей о продукте | 12 | 2 | | 4 | | 6 | К, ПЗ, РК, ДЗ |
| Тема 5 | Методы исследования потребительского поведения | 14 | 2 | | 4 | | 8 | О, ДЗ, ПЗ |
| Тема 6 | Сущность и факторы покупательского поведения организации | 14 | 2 | | 4 | | 8 | О, ДЗ, ПЗ |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | Зачет |
| Всего: | | 72 | 10 | | 24 | | 38 | |

Примечание:

* Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), проект (П), коллоквиум (К), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), рубежный контроль (РК), понятийный диктант (ПД), практическое занятие (ПЗ).

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину.

Понятие «потребительское поведение». Маржиналистская теория. Концепция рационального человека и максимизация полезности. Эластичность спроса. Теория вмененных издержек.

Тема 2. Биологические и другие фундаментальные основы потребительского поведения.

Факторы, формирующие потребительское поведение. Стратегии селективного эволюционного отбора. Стратегии эволюционного отбора. Потребности, цели, мотивы и их иерархическая структура и актуализация. Теории мотивации. Структура процесса принятия решения. Двухпроцессная теория мозга, эмоции и их роль в потребительском поведении. Биология сенсорных систем и регуляция поведения потребителя. Нейрогуморальная регуляция поведения. Виды научения и их место в современной мире. Информационная насыщенность, поведенческие модели с симметричным и асимметричным распределением информации. Типологии и архетипы личности потребителя. Психографика (сегментирование, VALS, VALS2, LOV, AIO).

Тема 3. Социальные факторы, детерминирующие потребительское поведение.

Самоидентификация и принадлежность к группе. Нормативное, ценностно-ориентированное и информационное влияние, каузальная атрибуция. Социальная динамика малых, больших и средних групп. Дискурсивно-ролевая модель потребления, инструментальные и экспрессивные роли. Социальные установки, Корсаковский синдром и Йельский метод изменения установок.

Тема 4. Знание потребителей о продукте.

Признаки продукта и модели потребления. Ситуационные факторы, полевое поведение и роль окружающей среды. Характеристика покупателей и выбор источника покупки. Основные характеристики источника покупки. Внутримагазинные факторы покупки. Выкладка товара как фактор влияния на покупательское поведение. Каналы коммуникации и специфика их использования.

Тема 5. Методы исследования потребительского поведения.

Качественные методы. Количественные методы. Психофизиологические методы. Психолингвистический анализ.

Тема 6. Сущность и факторы покупательского поведения организации.

Организационный покупатель и коммерческая составляющая. Три типа организационных покупателей. Организационное покупательское поведение как система. Факторы, детерминирующие организационное покупательское поведение. Структура процесса организационной закупки. Специфика модели принятия решения.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.5 «Поведение потребителей» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

опрос, тестирование, эссе, практические задания;

- при проведении промежуточной аттестации:

ответ на вопросы билета и практическое задание.

4.1.2. Зачет проводится в виде устного опроса.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типов

| Наименование темы | Содержание темы |
|--------------------------|---|
| Тема 1 | История развития потребления от доиндустриального сообщества через индустриализацию к постиндустриальной и матричной экономикам. |
| Тема 2 | r/K selection и другие стратегии селективного эволюционного отбора. Теории мотивации Д. Мак Клелланда, А. Маслоу, Мак Гира, Ф.Герцберга. Структура процесса принятия решения, импульсивное, компульсивное, cold errected и отсекающие решения. |
| Тема 3 | Самооценка, теория личностных притязаний, транзакционный анализ. Фундаментальная ошибка атрибуции и Я-оптимизм, выученная беспомощность. Альтруизм, парохиализм (предубеждения, агрессия и конфликты). |
| Тема 4 | Признаки продукта и модели потребления (вкл импульсивное, компульсивное и cold-errected поведение). Ситуационные факторы, полевое поведение и роль окружающей среды (поиск информации, актуализация, осуществление выбора). |
| Тема 5 | Consumer understanding and Customer journey. Психофизиологические методы. Психолингвистический анализ (дискурс и интент-анализ). |
| Тема 6 | Три типа организационных покупателей: индустриальные, перепродавцы, государственные потребители. Роль закупочного центра в организации. |

| № темы | Темы для самостоятельного изучения учебного материала студентами |
|---------------|--|
| 1 | Связь потребителя и маркетинговой политики. Объект и предмет исследования. Основная научная парадигма дисциплины «Поведение потребителей». |
| 2 | Физический пол. Социальный пол. Понятие «гендер». Подставное потребление. Социально-половая социализация. Конструирование гендерных различий. Субкультура. Основные отличительные свойства. Гендерные особенности показного потребления. |
| 3 | Понятие «статусная позиция». Социальная роль. Права и обязанности потребителя. Роль инициатора. Роль фактора. Роль покупателя. Роль пользователя. Понятие «потребность». Осознанная потребность. Потребности индивида. Статусные потребности. Понятие «интерес». Осознанный интерес. Реализуемый интерес. Товар. |
| 4 | Обработка информации и восприятие. Экспозиция. Внимание: стимульные факторы, индивидуальные факторы, ситуационные факторы. Выкладка товара как фактор влияния на покупательское поведение. Каналы коммуникации и специфика их использования. |
| 5 | Специфика организационного покупательского поведения. Модели организационного покупательского поведения. Факторы организационного стиля. Типы закупочных ситуаций. Процесс организационной закупки. |
| 6 | Понятие закупочного центра. Какова его роль при модели B2B. |

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|------------------------|---|---------------------------------------|---|
| ПК ОС-26 | Участие в разработке и развитии концепции предприятия питания, гостиничного комплекса | ПК ОС-26.2 | Систематизированное и емкое представление о поведении потребителя как системе, регулируемой внешними и внутренними факторами. Формирование представления о потребительском акте и личности потребителя исходя из современных концепций нейронаучного, экономического и социологического знания. Получение навыков управления процессом принятия решений, коммуникацией и полным перечнем способов |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | воздействия на потребительское поведение. |
|--|--|--|---|

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

| Этап освоения компетенции | Показатель оценивания | Критерий оценивания |
|---------------------------|--|---|
| ПК ОС-26.2 | Изучение исследовательского инструментария, применимого к изучению процесса потребления товаров или услуг; специфику российского рынка и происходящие в нем социальные и экономические процессы; отслеживает изменения реакций в поведении потребителей. | Различает типы потребительского поведения, определяет индивидуальные характеристики покупателя, проводит сегментацию потребителей основываясь на всем комплексе предоставленных знаний; способен разрабатывать и/или оптимизировать маркетинговую стратегию, основываясь на знаниях в области управления процессом принятия решений и фундаментальных особенностях функционирования ЦНС |

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы промежуточной аттестации

1. Место и роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений.
2. Маркетинговая стратегия и поведение потребителей.
3. Цели и этапы сегментации рынка. Признаки сегментации.
4. Категории потребителей по времени восприятия ими новинок.
5. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Общая характеристика.
6. Влияние культуры на поведение потребителей.
7. Влияние моды на поведение потребителей.
8. Влияние социализации на поведение потребителей.
9. Влияние малых групп на поведение потребителей. Групповые нормы и сила конформизма.
10. Этапы жизненного цикла и покупательское поведение семьи.
11. Влияние семьи на поведение потребителей. Семейные роли. Жизненный цикл семьи.
12. Влияние социального класса на поведение потребителей. Стратификация. Методы измерения принадлежности к классу.
13. Влияние коммуникаций на поведение потребителей
14. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей. Восприятие и обработка информации.

15. Этапы обработки информации: контакт, внимание, понимание, принятие, запоминание.
16. Обучение потребителей и позиционирование продукта.
17. Влияние рекламы на отношение и поведение потребителя.
18. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением.
19. Эмоции. Типы эмоций. Эмоции в рекламе.
20. Личные ценности человека; жизненный стиль и способы его измерения.
21. Ресурсы потребителей: экономические, когнитивные, временные.
22. Ситуационное влияние на принятие решения о покупке. Характеристика факторов ситуационного влияния: физическое окружение, социальное окружение, временная перспектива, цель потребительского поведения, предшествующее состояние.
23. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке. «Импульсивная покупка».
24. Когнитивный диссонанс.
25. Особенности поведения потребителей в зависимости от принадлежности к полу.
26. Влияние цвета на поведение потребителей.
27. Покупатели от имени организаций.
28. Консьюмеризм, этика и государственная политика.
29. Иррациональное потребительское поведение.

Шкала оценивания.

| Баллы (рейтинговой оценки), % | Оценка | Требования к знаниям |
|--|---------------|--|
| 100-51 | «зачтено» | <p>– Оценка выставляется студенту, если он усвоил программный материал, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на зачете, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал дополнительной литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p> |
| 50-0 | «незачтено» | <p>– Оценка выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «незачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. |
|--|--|---|

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы: 1) задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (доклад, ролевая игра); 2) задания, которые дополняют теоретические вопросы экзамена (практические задания, кейс). Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до экзамена. Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения. В случае невыполнения доклада, студенту необходимо принести письменный текст сообщения на экзамен. В таком случае в ходе экзамена ему могут быть заданы вопросы по теме доклада. Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен) включает следующие формы контроля: 1 теоретический вопрос и 1 практическое задание. На подготовку дается 30 минут.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

Текущий контроль успеваемости проводится в письменной и устной формах.

Практические занятия дисциплины Б1.В.ОД.5 «Поведение потребителей» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для экзамена.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучающиеся обязаны посещать все предусмотренные учебным планом занятия и присутствовать на всех мероприятиях текущего контроля успеваемости, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения

(укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура экзамена может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры экзамена. В таком случае вопросы к экзамену и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Кузьмина Т.В. Эффективное манипулирование поведением человека (2-е издание) [Электронный ресурс] / Т.В. Кузьмина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 147 с. — 978-5-394-01939-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57159.html>
2. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебник / О.М. Меликян. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. — 978-5-394-01043-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59953.html>
3. Арндт Трайндл Нейромаркетинг [Электронный ресурс] : визуализация эмоций / Трайндл Арндт. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 114 с. — 978-5-9614-5649-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58560.html>.
4. Мамистова Е.А. Экономическое поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие по организации обучения для направления подготовки: 38.04.01 «Экономика» / Е.А. Мамистова, Е.Б. Фалькович, Н.В. Шишкина. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017. — 78 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72788.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Мендель А.В. Модели принятия решений [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / А.В. Мендель. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 463 с. — 978-5-238-01894-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52510.html>
2. Захарова Ю.А. Стратегии продвижения товаров (2-е издание) [Электронный ресурс] / Ю.А. Захарова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр

Медиа, 2017. — 158 с. — 978-5-394-01539-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57066.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Кузьмина Т.В. Эффективное манипулирование поведением человека (2-е издание) [Электронный ресурс] / Т.В. Кузьмина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 147 с. — 978-5-394-01939-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57159.html>
2. Поведение потребителей (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 238 с. — 978-5-238-01280-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52533.html>

6.4. Нормативные правовые документы

Справочные правовые системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

6.5. Интернет-ресурсы

1. http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases
2. http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_memory_biases
3. http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_fallacies

6.6. Иные источники

1. www.nlr.ru / - Российская национальная библиотека
2. <http://нэб.рф/> - Национальная электронная библиотека
3. www.rsl.ru / - Российская государственная библиотека

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а

также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»