

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

Институт общественных наук  
Школа публичной политики и управления  
Кафедра международного менеджмента

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего  
образования  
"МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК"**

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой \_\_\_\_\_

Протокол от «\_» \_\_ 2020 г.

№ \_

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой международного  
менеджмента

Протокол от «б» мая 2020 г.

№ 2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.21 Психология потребительского поведения**  
*(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)*

38.03.02 Менеджмент  
*(код, наименование направления подготовки (специальности))*

«Менеджмент в индустрии моды»  
*(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))*

Бакалавр  
*(квалификация)*

Очная  
*(форма обучения)*

Год набора – 2021 г.

Москва, 2020 г.

**Автор–составитель:**

Декан факультета, Доктор психологических наук  
Профессор Спиридонов В. Ф.

**Заведующий кафедрой**

международного менеджмента ИОН РАНХиГС, к.э.н. Абрамова Н. М.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
3. Содержание и структура дисциплины .....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	10
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
6.1. Основная литература .....	10
6.2. Дополнительная литература .....	10
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы .....	10
6.4. Нормативные правовые документы .....	10
6.5. Интернет-ресурсы .....	10
6.6. Иные источники .....	10
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	10

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

1.1. Дисциплина Б1.В.21 Психология потребительского поведения обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК-2.1	Знание основных теорий мотивации, лидерства, групповой динамики и принципов формирования команды.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ПК-2.1	Обучающийся знает основные теории мотивации, лидерства, групповой динамики и принципы формирования команды.

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Объем дисциплины: 72/2 54/2  
 Контактная работа: 28/21  
 Лекции 14/10,5  
 Лабораторные работы  
 Практические занятия 14/10,5  
 Самостоятельная работа 44/33

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.В.21 Психология потребительского поведения

курс, семестр или триместр ее освоения в соответствии с учебным планом: 1 курс, 2 семестр

дисциплина является основой для изучения дисциплин:

Б1.В.06 Управление человеческими ресурсами в индустрии моды

Б1.В.08 Бизнес этика

Б2.П.2 Преддипломная практика

ФТД.В.ДВ.01.01 Профессиональная социализация студентов

ФТД.В.ДВ.01.02 Социально-психологические основы адаптации человека с ограниченными особенностями к университетской среде

ФТД.В.ДВ.01.03 Психологические особенности адаптации студентов к условиям обучения

ФТД.В.ДВ.01.04 Психолого-педагогическая поддержка студентов с ограниченными возможностями здоровья в системе высшего образования

форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: Зачет с оценкой

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР / ЭО, ДО Т*	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КС Р		
Тема 1	Поведение потребителей		2/1,5		2/1,5		6/4, 5	Д, К
Тема 2	Принятие решения потребителем		2/1,5		2/1,5		6/4, 5	Д, К
Тема 3	Изучение потребителей		2/1,5		2/1,5		6/4, 5	Д, К
Тема 4	Факторы влияния на поведение потребителей		2/1,5		2/1,5		6/4, 5	Д, К
Тема 5	Психология потребительского поведения и рекламы		2/1,5		2/1,5		6/4, 5	Д, К
Тема 6	Психология PR		2/1,5		2/1,5		6/4, 5	Д
Тема 7	Влияние потребительского поведения на бизнес-стратегию		2/1,5		2/1,5		8/6	Д, ГП
Промежуточная аттестация								Экзамен
Всего:		72/2 54/2	14/10,5		14/10,5		44/3 3	36/27

\*Примечание – диспут (Д), кейс (К), групповой проект (ГП)

### Содержание дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы
Тема 1	<b>Поведение потребителей</b>	Объект и предмет психологии потребления. Основные направления психологического изучения потребителей. Научные подходы к пониманию потребителя: экономический, маркетинговый, психологические подходы. Психология и социология потребления. Теоретико- методологические подходы к изучению потребительского поведения. Первые теории, объясняющие феномены моды, престижного потребления, товарного фетишизма и др.
Тема 2	<b>Принятие решения потребителем</b>	Этапы принятия решения потребителем. Основные модели принятия решения потребителем. Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения. Компенсационные модели решений. Некомпенсационные модели решений: раздельная, совместная, лексикографическая. Импульсивное и компульсивное потребление. Ошибки. Психологический анализ покупательских решений.
Тема 3	<b>Изучение потребителей</b>	Факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. Изучение отношений потребителей к предприятию, торговой марке, уровня удовлетворения запросов и намерений потребителей. Эксперименты на потребительском рынке. Значение сегментации потребителей. Сегментирование по психологическим признакам.
Тема 4	<b>Факторы влияния на поведение потребителей</b>	Потребительские предпочтения. Психологическая сущность потребительских предпочтений. Социально-психологические свойства потребительских предпочтений. Возрастная динамика потребительских предпочтений. Типология потребителей по группам потребительских предпочтений.
Тема 5	<b>Психология потребительского поведения и рекламы</b>	Психология потребительского поведения. Реклама как вид маркетинговой коммуникации. Психологические основы рекламных коммуникаций. Человек как субъект рекламных коммуникаций. Психологическое воздействие рекламы на потребительское поведение. Маркетинговые технологии психологического воздействия рекламы на потребителя.
Тема 6	<b>Психология PR</b>	Понятие маркетингового комплекса и продвижения (товар, услуга, личность). PR и другие виды маркетинговых коммуникаций. Вербальные и невербальные коммуникации в PR.

№	Наименование темы	Содержание темы
Тема 7	<b>Влияние потребительского поведения на бизнес-стратегию</b>	Маркетинг-микс на потребительском рынке. Реакция потребителя на новый товар. Успех и провал инноваций. Ценовые стратегии на потребительском рынке. Влияние рекламы на сознание потребителя. Стратегии повышения лояльности и удержания потребителей. Упрочение связей с потребителем. Эффективность глобальной рекламы. Взгляд на этические нормы. Этика и реалии бизнеса.

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

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.**

##### **4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

При проведении занятий лекционного типа: диспут

при проведении занятий семинарского типа: диспут, кейс, групповой проект

##### **4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):**

Зачет с оценкой в виде группового проекта

#### **4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

##### **Вопросы для обсуждения:**

1. Поведение потребителей как область знаний, изучающая модель принятия решения о покупке.
2. Составляющие мотивационного механизма.
3. Формирование и изменение интересов потребителя.
4. Поведение потребителей
5. Принятие решения потребителем
6. Изучение потребителей
7. Факторы влияния на поведение потребителей
2. Психология потребительского поведения и рекламы
3. Психология PR

##### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

##### **4.3.1. Формируемые компетенции**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
-----------------	--------------------------	--------------------------------	---

ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК-2.1	Знание основных теорий мотивации, лидерства, групповой динамики и принципов формирования команды.
------	---	--------	---

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

Групповой проект:

Проект 1. Анализ принятия потребительских решений.

Проект 2. Анализ психологической эффективности рекламы или эффективности обустройства торгового пространства.

#### Шкала оценивания.

Показатель оценивания	Критерий оценивания
Обучающийся знает основные теории мотивации, лидерства, групповой динамики и принципы формирования команды.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Не имеет базовых знаний.</li> <li>2. Фрагментарные знания.</li> <li>3. Демонстрирует частичные знания.</li> <li>4. Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания.</li> <li>5. Сформированные систематические знания.</li> </ol>

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
-------------------------------------	--------	----------------------



100-81	5, «отлично»	<p>– Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p>
80-61	4, «хорошо»	<p>– Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>
60-41	3, «удовлетворительно»	<p>– Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
40-0	2, «неудовлетворительно»	<p>– Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>
45-100	Зачет	<p>– Курс полностью освоен. Студент показывает хороший стандартный уровень знаний всех аспектов, использует терминологию и словообразование и хорошо применяет теорию к решению задач.</p>

0 - 44	Незачет	– Студент не подготовлен и не может показать достаточного знания материала курса.
--------	---------	---

#### 4.4 Методические рекомендации

На лекциях рекомендуется слушать предлагаемый лектором материал, при этом параллельно конспектировать основные положения, поскольку это дает наибольший результат в усвоении материала. Предоставляется возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и принимать участие в ее обсуждении.

Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на семинарском занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

#### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Участие на занятиях предполагают вопросы для обсуждения, размышления во время лекций и практических занятий. Также предполагаются групповые задания. Групповые задания будут связаны с обсуждаемыми темами и кейсами, которые рассматриваются в классе. Активность студентов во время занятий будет оцениваться и включаться в финальную оценку студента.

#### 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

##### 6.1. Основная литература.

1. Антонова, Н. В., Патоша О.И., Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учебное пособие для вузов, М., ИНФРА-М, 2017.

##### 6.2. Дополнительная литература.

1. Иванников, В. А. Психология : учебник для среднего профессионального образования / В. А. Иванников. — Москва : Издательство Юрайт, 2020.

##### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

- 1.Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
- 2.Электронно-библиотечная система Юрайт

##### 6.4. Нормативные правовые документы.

##### 6.5. Интернет-ресурсы.

##### 6.6. Иные источники.

#### 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения курса требуется офис, оборудованный доской, маркерами, компьютером и

проектором.