

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

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет рыночных технологий

Кафедра маркетинга и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Кафедрой маркетинга и рекламы

Протокол от «28» мая 2021 г.

№ 4

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

38.04.02 Маркетинговое управление

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.04 Управление клиентским опытом

Уровень образования - магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 – Менеджмент

Форма обучения - очная

Год набора – 2021

Москва, 2021 г.

Автор—составитель:

К.э.н., доцент С.П. Казаков

И.о. заведующего Кафедрой маркетинга и рекламы, к.э.н., доцент Ю.В. Сяглова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические материалы для освоения дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
 - 6.4. Интернет-ресурсы
 - 6.5. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина Б1.В.04 «Управление клиентским опытом» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1	Использует методы проведения исследования с целью получения информации, необходимой для принятия решений

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

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-3.1	на уровне знаний: типологию и структуру рынков
	на уровне умений: определяет влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей
	на уровне навыков: проведения кросс-культурного сравнения поведения потребителей

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час. (акад./астр.)	
		Всего	Семестр
			2
Очная форма обучения			
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		32/24	32/24
лекционного типа (Л)		8/6	8/6
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)			
практического (семинарского) типа (ПЗ)		24/18	24/18
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		76/57	76/57
Промежуточная аттестация	форма	зачет с оценкой	зачет с оценкой
	час.		
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108//81	108//81

Дисциплина Б1.В.04 «Управление клиентским опытом» изучается во 2 семестре 1 курса по очной форме обучения и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы подготовки магистров по

направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинговое управление».

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	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	Предмет, цели и задачи дисциплины	18	2		2		14	Д
Тема 2	Типология и структура рынков	18	2		2		14	О
Тема 3	Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	18			6		12	О
Тема 4	Психологические детерминанты выбора	18			6		12	Т
Тема 5	Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов	18	2		4		12	О
Тема 6	Общество потребления и детерминированность поведения	18	2		4		12	Эс
Промежуточная аттестация								ЗаО
Всего:		108	8		24		76	

Примечание:

* – формы текущего контроля успеваемости: диспут (Д), опрос (О), эссе (Эс), тестирование (Т).

** - форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).

Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.

Определение терминов «потребитель» и «поведение потребителей». Потребители и рынок. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Глобализация потребления. Концепция субъективной ценности и проблема ценообразования.

Тема 2. Типология и структура рынков.

Виды благ. Асимметрия информации и сигнализирование. Функциональный и нефункциональный спрос. Роль риска и неопределенности при анализе потребительского выбора. Типология рынков; эволюция рынков.

Тема 3. Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей.

Влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей. Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Кросс-культурные сравнения поведения потребителей.

Стереотипное поведение и ее функции. Политические мифы и поведение индивидов на политических рынках.

Тема 4. Психологические детерминанты выбора.

Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей. Структура потребительских мотивов. Знания, убеждения, чувства, установки и намерения потребителей. Эвристики и сложные процедуры выбора. Физиологические детерминанты выбора.

Тема 5. Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов.

Демографический анализ и социальная политика; демография и спрос на товары и услуги; роль гендерных различий; воздействие возрастных характеристик на поведение потребителей; рынок «снова молодых». Гендерные модели потребления.

Тема 6. Общество потребления и детерминированность поведения.

Философские и психологические особенности общества потребления; роль потребителя в обществе потребления; виртуальные рынки и социокультурные поля; магазин как «спектакль»; «бунт» против общества потребления как элемент массовой культуры.

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

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 «Управление клиентским опытом» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Предмет, цели и задачи дисциплины	Диспут
Типология и структура рынков	Опрос
Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	Опрос
Психологические детерминанты выбора	Тестирование
Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов	Опрос
Общество потребления и детерминированность поведения	Эссе

Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): зачет с оценкой в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Типовые оценочные материалы по теме 1

Примеры вопросов для подготовки к диспуту

1. Определение терминов «потребитель» и «поведение потребителей».
2. Потребители и рынок.
3. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований.
4. Глобализация потребления.
5. Концепция субъективной ценности и проблема ценообразования.

Типовые оценочные материалы по темам 2, 3, 5

Примеры вопросов для подготовки к опросу

1. Виды благ.
2. Функциональный спрос.

3. Нефункциональный спрос.
4. Особенности потребительского поведения.
5. Стереотипное поведение.
6. Гендерные модели потребления.
7. Демография и спрос на товары.
8. Социальная политика.

Типовые оценочные материалы по теме 4 **Тестирование**

1. Найдите правильную последовательность в рамках модели принятия решений:
 - a) освобождение; поиск информации; покупка; потребление;
 - b) оценка спроса; осознание потребности; покупка; потребление;
 - c) осознание потребности; оценка спроса; покупка; потребление;
 - d) поиск информации; осознание потребности; оценка спроса; покупка;
 - e) предпокупочная оценка альтернатив; покупка; потребление; оценка по результатам потребления;
 - f) нет правильного ответа.
2. Если спрос на товар увеличивается по мере роста потребления этого товара другими потребителями, то может иметь место эффект:
 - a) Веблена;
 - b) сноба;
 - c) присоединения к большинству;
 - d) нет правильного ответа.
3. Максимальная обезличенность обмена достигается на следующем типе рынка:
 - a) универсальный магазин;
 - b) биржа;
 - c) открытый публичный рынок;
 - d) ремесленная лавка;
 - e) нет правильного ответа.
4. К микрокультуре не относится:
 - a) культура всех биржевых трейдеров Сингапура;
 - b) культура профессиональных игроков в покер Исландии;
 - c) культура архипелага Новая земля;
 - d) культура о. Тайвань;
 - e) нет правильного ответа.
5. Квазиволшебство воображения – эффект, под действием которого индивиды:
 - a) больше внимания уделяют ярким воспоминаниям;
 - b) в большей мере переживают относительно потерь;
 - c) считают, что могут влиять на события, не связанные с ними физически;
 - d) нет правильного ответа.

Типовые оценочные материалы по теме 6 **Темы эссе**

1. Производство и распространение мифов в массовой культуре.
2. Механизмы обхода культурных табу.
3. Инструменты прогнозирования потребительского поведения.
4. Влияние пространственной структуры на выбор потребителя.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1	Использует методы проведения исследования с целью получения информации, необходимой для принятия решений

Код компонента компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-3.1	Использует методы проведения исследования с целью получения информации, необходимой для принятия решений	на уровне знаний: типологию и структуру рынков на уровне умений: определяет влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей на уровне навыков: проведения кросс-культурного сравнения поведения потребителей

4.4. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к зачету с оценкой по дисциплине

Изложите теоретические основы по данной теме и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Модель принятия решения.
2. Эволюция рынков.
3. Типология рынков.
4. Асимметрия информации. Сигнализирование. Неблагоприятный отбор.
5. Оппортунистическое поведение.
6. Рассеянное знание.
7. Функциональный и нефункциональный спрос.
8. Структура потребительских мотивов.
9. Общество потребления. Структурные элементы массовой культуры.
10. Мотивационные конфликты.
11. Макрокультура и микрокультура.
12. мода как механизм структурирования.
13. Рынок как социокультурное поле.
14. Формальные и неформальные нормы.

4.5. Шкала оценивания

Оценка	Требования к знаниям
--------	----------------------

<i>Зачтено с оценкой 5, «отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется, если студент демонстрирует: на уровне знаний: типологию и структуру рынков на уровне умений: определяет влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей на уровне навыков: проведения кросс-культурного сравнения поведения потребителей
<i>Зачтено с оценкой 4, «хорошо»</i>	Зачтено с оценкой «хорошо» выставляется студенту, если он демонстрирует: на уровне знаний: типологию и структуру рынков на уровне навыков: проведения кросс-культурного сравнения поведения потребителей
<i>Зачтено с оценкой 3, «удовлетворительно»</i>	Зачтено с оценкой «удовлетворительно» выставляется студенту, если он демонстрирует: на уровне знаний: типологию и структуру рынков на уровне умений: определяет влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей
<i>Не зачтено 2, «неудовлетворительно»</i>	Не зачтено с оценкой «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. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

Студент должен выполнить все задания и мероприятия, предусмотренные программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер и определяется:

- ответом на зачете с оценкой;
- учебными достижениями в семестровый период.

Зачет с оценкой проводится в устной форме: устные ответы на вопросы билета. В билете 1 теоретический вопрос и вопрос по типовой ситуации.

Процедура проведения зачета с оценкой.

Обучающийся для сдачи зачета с оценкой предъявляет экзаменатору свою зачетную книжку, получает чистые маркированные листы бумаги для подготовки к ответу.

Время подготовки ответа: 30-45 минут.

По истечении 45 минут каждый обучающийся устно отвечает экзаменатору и сдает свои маркированные листы бумаги.

Преподаватель может задать любой дополнительный вопрос обучающемуся из списка вопросов для подготовки к зачету с оценкой в пределах пройденного учебного материала.

Результат по сдаче зачета с оценкой объявляется студентам экзаменатором, вносится в аттестационную ведомость и в зачетную книжку.

Оценка «неудовлетворительно» проставляется только в ведомости.

5. Методические указания 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.

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 зачету с оценкой. К зачету с оценкой 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 зачета с оценкой.

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 зачета с оценкой.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция; Республика, 2006.
2. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – М.: КДУ, 2013.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

6.1. Основная литература.

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/10953>
2. Елисеев А.С. Экономика. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/17607>
3. Филип Грейвс. Клиентология. Манн, Иванов и Фербер, 2013. <http://www.iprbookshop.ru/39239>

6.2. Дополнительная литература.

1. Агешкина Н.А. Потребитель. Защита ваших прав, гарантии, сервис, возврат, интернет-покупки. Эксмо, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/5012>

6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.

Не используются.

6.4. Интернет-ресурсы.

1. <http://www.btl-mag.ru/> - BTL-magazine
2. <http://www.grebennikov.ru/> - Маркетинг и маркетинговые исследования в России
3. <http://www.polittech.ru/> - Энциклопедия массовых психотехнологий
4. <http://www.sovetnik.ru/> - журнал «Эксперт»
5. www.kommersant.ru/money – журнал «Ъ-Деньги» (Коммерсантъ)
6. <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp> – TNS Gallup Media
7. www.dis.ru - Маркетинг в России и за рубежом

6.5. Иные источники.

1. Маркетинг.
2. Маркетинг и маркетинговые исследования.
3. Маркетолог.
4. Методы менеджмента качества.
5. Модный магазин: от эскиза до прилавка.
6. Новости маркетинга.
7. Практический маркетинг.
8. Сертификация с приложением «Менеджмент: горизонты ИСО».
9. Стандарты и качество+BUSINESS EXCELLENCE/Деловое совершенство. Комплект.
10. Точка продаж.

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

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»