

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

**Институт общественных наук
Факультет международных программ MBA**

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой Стратегического
предпринимательства и
инноваций
Протокол от «18» апреля
2019 г.
№ 7

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.03.01 Потребительское поведение в переходной экономике (Consumer
behavior in Emerging Markets)**

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Международный бизнес. Международная англоязычная магистратура»

(направленность (профиль))

Магистр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

Год набора – 2020 г.

Москва, 2019 г.

Автор(ы)–составитель(и):

канд. экон. наук, доцент

С.П. Казаков

Декан факультета

международных программ МВА

ИОН РАНХиГС

Перепелица М.А.

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 фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 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

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Потребительское поведение в переходной экономике» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-4	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-4.2	способность аналитического мышления при изучении и прогнозировании конъюнктуры мировых рынков

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

ОТФ/ТФ/трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
40.033 Стратегическое управление процессами планирования и организации производства на уровне промышленной организации	ПК-4.2	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
07.003 Н Стратегическое управление персоналом организации Н/02.7 - реализация системы стратегического управления персоналом		

организации		
-------------	--	--

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины, час./астрономические часы	
	Всего	Семестр
		2
<i>Очная форма обучения</i>		
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	16/12	16/12
лекционного типа (Л)	4/3	4/3
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		
практического (семинарского) типа (ПЗ)	12/9	12/9
Самостоятельная работа обучающихся (СР)	56/42	56/42
Промежуточная аттестация	форма	зачет
	час.	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)	72/2 54	72/2 54

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Потребительское поведение в переходной экономике» изучается во 2 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 2 зачетные единицы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.В.12 «Управленческая экономика», Б1.В.11 «Международная бизнес среда» и является основой для изучения дисциплин: Б1.В.02 Международный маркетинг, Б1.В.08 Международное предпринимательство и др.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Предмет, цели и задачи дисциплины /Subject, goals and objectives of the discipline	13/10	1/0,8		2/1,5		10/7,6	Д
Тема 2	Типология и	13/10	1/0,8		2/1,5		10/7,6	

№ п/п	структура Наименование тем рынков/ Typology (разделов) and structure of markets	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуто чной
Тема 3	Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей/ Cultural norms and the role of stereotypes. Cross-cultural variations in consumer behaviour	13/10	1/0,8		2/1,5		10/7,6	
Тема 4	Психологические детерминанты выбора/ Psychological determinants of choice	13/10	1/0,8		2/1,5		10/7,6	Т
Тема 5	Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов /Demographics and forecasts of changes in individual preferences	14/10,7	-		2/1,5		10/7,6	
Тема 6	Общество потребления и детерминированность поведения /Consumer society and determinism of behavior	14/10,7	-		2/1,5		6/4,6	
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	4/3		12/9		56/42	

Примечание:

* – формы текущего контроля успеваемости: диспут (Д), тестирование (Т).

Содержание дисциплины/ Content of the discipline

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./

Topic 1. Subject, goals and objectives of the discipline.

Definition of the terms "consumer" and "consumer behaviour". Consumers and market. Consumer behavior as an interdisciplinary field of research. Globalization of consumption. The concept of subjective value and the problem of pricing.

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./

Topic 2. Typology and structure of markets.

Types of goods. Information asymmetry and signaling. Functional and non-functional demand. The role of risk and uncertainty in the analysis of consumer choice. Typology of markets; evolution of markets.

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./

Topic 3. Cultural norms and the role of stereotypes. Cross-cultural variations in consumer behavior.

Influence of culture and subculture (ethnic, religious, etc.) on consumer behavior. Features of consumer behavior of representatives of various social classes. Cross-cultural comparisons of consumer behavior. Stereotypical behavior and its functions. Political myths and behavior of individuals in political markets.

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./

Topic 4. Psychological determinants of choice.

Psychological factors affecting consumer behavior. Structure of consumer motives. Knowledge, beliefs, feelings, attitudes and intentions of consumers. Heuristics and complex selection procedures. Physiological determinants of choice.

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./

Topic 5. Demographics and forecasts of changes in individual preferences.

Demographic analysis and social policy; demography and demand for goods and services; the role of gender differences; the impact of age characteristics on consumer behaviour; the "young again" market. Gender consumption patterns.

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./

Topic 6. Society of consumption and determinism of behavior.

Philosophical and psychological features of the consumer society; the role of the consumer in the consumer society; virtual markets and socio-cultural fields; shop as a "spectacle"; "revolt" against the consumer society as an element of mass culture.

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

Materials of the current control of progress of students and the Fund of evaluation means of intermediate certification in the discipline

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

Forms and methods of the current control of progress and interim certification.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Потребительское поведение в переходной экономике» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся/

In the course of implementing the discipline «Consumer behavior in Emerging Markets» the following methods of monitoring the progress of students are used:

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 практического типа:

-диспут, тестирование;

При проведении самостоятельной работы:

-вопросы для самостоятельного изучения;

-проработка лекционного материала, составление конспекта лекций по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;

- подготовке к практическим занятиям;

- подготовке к промежуточному контролю;

- подготовке к текущему контролю успеваемости.

During the classes lecture-type:

-when lecturing is used the explanatory-illustrative method, with the elements of a problem statement of educational information (monologic, Dialogic or heuristic);

During practical classes:

-dispute, testing;

When carrying out independent work:

-questions for self-study;

-study of lecture material, preparation of lecture notes on topics submitted for self-study;

- preparation for practical training;

- preparation for the interim control;

- preparation for the ongoing monitoring of progress.

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций./ Offset is carried out using the following methods (means): in the form of an oral survey with analysis of typical situations.

4.2.Materials of the current control of progress.

Типовые оценочные материалы по теме 1

Темы диспутов/

Model evaluation materials on topic 1

Topics of disput

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./

1. Definition of the terms "consumer" and "consumer behaviour".
2. Consumers and market.
3. Consumer behavior as an interdisciplinary field of research.
4. Globalization of consumption.
5. The concept of subjective value and the problem of pricing.

Типовые оценочные материалы по теме 4/

Model evaluation materials on topic 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./

Testing

1. Find the right sequence within the decision model:
 - (a) exemption; information retrieval; purchase; consumption;
 - (b) demand assessment; awareness of need; purchase; consumption;
 - (c) awareness of need; demand assessment; purchase; consumption;
 - (d) information search; awareness of need; demand assessment; purchase;
 - (e) pre-purchase evaluation of alternatives; purchase; consumption; evaluation of consumption results;
 - (f) there is no right answer.
2. If the demand for a product increases as other consumers consume the product, there may be an effect:

- (a) Veblen;
 - (b) snob;
 - (c) accession to the majority;
 - (d) there is no right answer.
3. The maximum anonymity of the exchange is achieved in the following market type:
- a) one-stop shop;
 - (b) exchange;
 - (c) open public market;
 - (d) handicraft shop;
 - (e) there is no right answer.
4. Does not apply to microculture:
- a) culture of all stock traders in Singapore;
 - b) culture of professional poker players in Iceland;
 - (c) culture of the Novaya Zemlya archipelago;
 - (d) culture of Taiwan;
 - (e) there is no right answer.
5. Quasiballistic imagination effect, under which individuals:
- a) pay more attention to vivid memories;
 - (b) are more concerned about losses;
 - c) believe they can influence events that are not associated with them physically;
 - (d) there is no right answer.

Вопросы для самоподготовки

1. Определение социального класса, страты, статуса.
2. Социальный ранг индивида.
3. Детерминанты социального класса.
4. Переменные статуса.
5. Взаимосвязь социального положения и потребительского поведения.
6. Взаимосвязь социального положения и образа жизни.
7. Жизненный стиль.
8. Социальная стратификация и маркетинг.
9. Социальная стратификация, сегментирование рынка и позиционирование продукта (товара, услуги, работы, идеи.)
10. Социальный статус и символы.
11. Концепция кристаллизации статуса.
12. Идея кристаллизации статуса и концепция социального класса.
13. Измерение принадлежности к социальному классу.
14. Значения оценок статуса для измерения параметров поведения потребителя.
- Ценностные ориентации (value orientations).
15. Роль ценностей как идентификатора классовой принадлежности.
16. Класс и потребитель.
17. Жизненные возможности и стили жизни.
18. Изменения в классах и потребительское поведение.
19. Подходы в измерении классовой принадлежности.
20. Измерение социального статуса и потребительское поведение.
21. Подходы в измерении статуса.
22. Одно- и много- критериальные показатели.
23. Мультикритериальные индексы и показатели/

Self-study questions

1. Definition of social class, strata, status.
2. Social rank of the individual.
3. Determinants of social class.
4. Status variables.
5. The relationship between social status and consumer behavior.
6. The relationship between social status and lifestyle.
7. Life-style.
8. Social stratification and marketing.
9. Social stratification, market segmentation and product positioning (goods, services, works, ideas.)
10. Social status and symbols.
11. The concept of status crystallization.
12. The idea of crystallization of status and the concept of social class.
13. Measurement of social class.
14. The value of status assessments for measuring the parameters of consumer behavior.
- Value orientations (value orientations).
15. The role of values as an identifier of class affiliation.
16. Class and consumer.
17. Life chances and life styles.
18. Class changes and consumer behavior.
19. Approaches to measuring class membership.
20. The measurement of social status and consumer behavior
21. Approaches to measuring status.
22. One - and many - criteria indicators.
23. Multicriteria indices and indicators

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации/ Evaluation tools for interim certification.

- 4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования/
The list of competencies indicating the stages of their formation in the development of the educational program. Indicators and criteria for assessing competencies at various stages of their formation.**

Код компетенции/ Competency code	Наименование компетенции/ Name of competence	Код этапа освоения компетенции/ Code phase of the development of competence	Наименование этапа освоения компетенции/ The name of the development stage of competence
ПК-4	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных	ПК-4.2	способность аналитического мышления при изучении и прогнозировании конъюнктуры мировых рынков/ the ability of

	исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения/ ability to use quantitative and qualitative methods for applied research and business process management, to prepare analytical materials on the results of their application		analytical thinking in the study and forecasting of world markets
--	---	--	---

Этап освоения компетенции/ Code phase of the development of competence	Показатель оценивания/ Evaluation index of	Критерий оценивания/ Evaluation criteria
ПК-4.2	<p>Определение влияния культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей.</p> <p>Освоение процесса коммуникаций, основных инструментов, специфики их применимости, их плюсов и минусов, современных тенденций рынка коммуникаций.</p> <p>Усвоение современных методов эконометрического анализа; современных программных продуктов, необходимых для решения экономико-статистических задач.</p> <p>Развитие навыков составления и исполнения международных маркетинговых планов и планов проведения международных рекламных кампаний.</p> <p>Стратегии выхода на международные рынки./</p> <p>Determination of the influence of culture and subculture (ethnic, religious, etc.) on consumer</p>	<p>Умеет определять влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей.</p> <p>Знает, как строится процесс коммуникаций, основные инструменты, специфику их применимости, их плюсы и минусы, современные тенденции рынка коммуникаций.</p> <p>Владеет навыками составления и исполнения международных маркетинговых планов и планов проведения международных рекламных кампаний.</p> <p>Владеет навыками применения стратегий выхода на международные рынки./</p> <p>Able to determine the impact of culture and subculture (ethnic, religious, etc.) on consumer behavior.</p> <p>He knows how to build the process of communication, the main tools, the specifics of their applicability, their pros and cons, modern trends of the communication market.</p>

Этап освоения компетенции/ Code phase of the development of competence	Показатель оценивания/ Evaluation index of	Критерий оценивания/ Evaluation criteria
	<p>behavior.</p> <p>Mastering the process of communication, the main tools, the specifics of their applicability, their pros and cons, modern trends of the communications market.</p> <p>Assimilation of modern methods of econometric analysis; modern software products necessary for solving economic and statistical problems.</p> <p>Development of skills in preparation and execution of international marketing plans and plans for international advertising campaigns.</p> <p>Strategies for entering international markets.</p>	<p>He has the skills to develop and implement international marketing plans and plans for international advertising campaigns.</p> <p>Has the skills to apply strategies to enter international markets.</p>

4.3.2 Типовые оценочные средства/Model evaluation tools

Вопросы к зачету 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./

Questions to the test in the discipline

Set out the theoretical foundations for this topic and justify (argue and demonstrate) their attitude to this topic (for a specific example):

1. The decision-making model.
2. Evolution of markets.
3. Typology of markets.
4. Information asymmetry. Signaling. Adverse selection.
5. Opportunistic behavior.
6. Scattered knowledge.
7. Functional and non-functional demand.
8. Structure of consumer motives.
9. Consumer society. Structural elements of mass culture.
10. Motivational conflicts.
11. Macroculture and microculture.
12. Fashion as a structuring mechanism.
13. The market as a socio-cultural field.
14. Formal and informal norms.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение /

Questions submitted for self-study

1. Маркетинг в цифровом бизнесе.
2. Создание потребительской ценности и управление спросом в цифровом бизнесе. Стратегический маркетинг.
3. Создание конкурентного преимущества компании в условиях цифровизации.
4. Управление брендингом и продакт-менеджмент
5. IT-инструменты моделирования потребительского поведения.
6. Новейшие цифровые решения в сфере маркетинговых коммуникаций
7. Цифровые решения для системы маркетинговой аналитики.
8. Анализ бизнес-процессов на основе современных показателей эффективности
9. Монетизация и реклама цифровых продуктов. Выбор модели монетизации. Дизайн цифровых систем
10. Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции. Прогноз развития технологий электронной коммерции.
11. Чат-боты: преимущества и недостатки применения, основные типы./

1. Marketing in the digital business.
2. Creating customer value and managing demand in the digital business. Strategic marketing.
3. Creation of competitive advantage of the company in the conditions of digitalization.
4. Branding and product management
5. IT-tools for modeling consumer behavior.
6. The latest digital solutions in the field of marketing communications
7. Digital solutions for marketing Analytics system.

8. Analysis of business processes based on modern performance indicators
9. Monetization and advertising of digital products. Select a monetization model. Design of digital systems
10. The present and future of Big Data technology and its role in e-Commerce. Forecast for the development of electronic Commerce technologies.
11. Chatbots: advantages and disadvantages of the application, the main types.

Шкала оценивания/ Grading scale

Оценка/ Assessment	Требования к знаниям/ Requirements for knowledge and skills
Зачтено«Зачтено»/ «Read out»	<p>Зачтено выставляется студенту, если он:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Умеет определять влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей; -Знает, как строится процесс коммуникаций, основные инструменты, специфику их применимости, их плюсы и минусы, современные тенденции рынка коммуникаций -Знает современные методы эконометрического анализа; современные программные продукты, необходимые для решения экономико-статистических задач; -Умеет применять современный математический инструментарий для решения содержательных экономических задач; -Владеет навыками составления и исполнения международных маркетинговых планов и планов проведения международных рекламных кампаний/ <p>Credited to be exposed to the student if he:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Able to determine the impact of culture and subculture (ethnic, religious, etc.) on consumer behavior; -Knows how to build the process of communication, the main tools, the specifics of their applicability, their pros and cons, the current trends of the communications market -Knows modern methods of econometric analysis; modern software products necessary for solving economic and statistical problems; -Able to use modern mathematical tools to solve meaningful economic problems; -Has the skills to develop and implement international marketing plans and plans for international advertising campaigns

<p><i>«Не зачтено»/ "Not counted»</i></p>	<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 текущего контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке./ The "unsatisfactory" grade is given to a student who does not know a significant part of the program material, makes significant mistakes, uncertainly, with great difficulty performs practical work. As a rule, the grade "unsatisfactory" is given to students who can not continue their education without additional training in the relevant discipline.</p> <p>Educational achievements in the semester period and the results of the current control showed a low degree of mastery of the program material at the minimum level.</p>
---	--

4.4. Методические материалы/Methodical material

Занятия по дисциплине «Потребительское поведение в переходной экономике» представлены следующими видами работы: лекции, практические, а также самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с расчетом основных показателей, с обсуждением проблемных вопросов и вырабатывают свое мнение по поводу решения основных вопросов в сфере поведения потребителей.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

Текущая аттестация по дисциплине «Потребительское поведение в переходной экономике» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий на дискуссиях, диспутах, круглых столах, кейс-методах, проектах.

Оценивание работы студента на семинарских занятиях осуществляется по следующим критериям:

«Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

«Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

«Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

«Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период./

Classes in the discipline "Consumer behavior in the transition economy" are presented by the following types of work: lectures, practical, as well as independent work of students.

In practical classes, students perform tasks related to the calculation of the main indicators, to discuss problematic issues and develop their opinion on the solution of the main issues in the field of consumer behavior.

Within the framework of independent work, students prepare for seminars, prepare for the test.

The current certification of the discipline "Consumer behavior in the transition economy" is carried out in the form of a survey and control measures to assess the actual results of training of students and is carried out by a leading teacher.

The objects of evaluation are:

- academic discipline (activity in the classroom, the timeliness of various types of tasks, attendance of all types of classes in the certified discipline);
- the degree of assimilation of theoretical knowledge;
- level of mastery of practical skills in all types of educational work;
- results of independent work.

The activity of the student in the classroom is evaluated by his speeches on practical training in discussions, debates, round tables, case-methods, projects.

Evaluation of the student's work at seminars is carried out according to the following criteria:

"Excellent" – active participation in the discussion of the problems of each seminar, independent answers, fluency in the material, complete and reasoned answers to the questions of

the seminar, participation in discussions, solid knowledge of the lecture material, mandatory and recommended additional literature, regular attendance.

~ "Good" – insufficient full disclosure of some topics, minor errors in the formulation of categories and concepts, less activity in seminars, incomplete knowledge of additional literature, good attendance.

~ "Satisfactory" – answers to the seminars reflect the General understanding of the topic, knowledge of the content of the main categories and concepts, familiarity with the lecture material and recommended basic literature, insufficient activity in the classroom, leaving much to be desired attendance.

~ "Unsatisfactory" – passivity in seminars, frequent unavailability in answering questions, poor attendance, lack of the qualities mentioned above to obtain higher grades.

In addition, the evaluation of the student is carried out on the control week in accordance with the order of the Vice-rector for academic Affairs. Evaluation of the student in the control week is carried out by the teacher regardless of the presence or absence of the student (for good or disrespectful reason) in the classroom. The assessment is comprehensive and takes into account the student's achievements in the main components of the educational process for the current period.

The student is allowed to intermediate certification on discipline in case of performance of all tasks and actions provided by the program of discipline (on forms of the current control). In the case of academic debt student fulfills missed classes in accordance with the requirements. The assessment of the student is complex, is a point and is determined by its:

- answer on offset;
- academic achievements in the semester period.

5.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины/ Guidelines for students on the development of the discipline

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего и промежуточного 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 предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал, относящийся 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. К зачету 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 знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

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 практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

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 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 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 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. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем./

The teacher informs students about the applied system of current and intermediate control of progress at the first lesson, and also brings to the students information about the results of the current control of progress during classroom sessions and consultations.

Current monitoring of progress is carried out in written and oral forms.

Practical classes of the discipline involve their conduct in various forms in order to identify the knowledge, skills and competencies with the control measures.

Preparation for practical training:

- ~ carefully read the material related to this seminar lesson, read the training material on the textbook and manuals;
- ~ write the key terms;
- ~ answer control questions in seminars, be prepared to give a detailed answer to each question;
- ~ understand what educational elements are left unclear for you and try to answer them in advance (before seminars) during the ongoing consultations of the teacher;
- ~ it is possible to prepare individually, in pairs or as a part of small group, the last are effective forms of work;
- ~ the work program of the discipline in terms of goals, list of knowledge, skills, terms and training issues can be used by you as a guide in the organization of training.

Preparing for the competition. To offset it is necessary to prepare purposefully, regularly, systematically and from the first days of training in this discipline. Attempts to master the discipline during the test and examination session, as a rule, show not too satisfactory results. At the very beginning of the study of the discipline, get acquainted with the following educational and methodical documentation:

- ~ discipline program;
- ~ list of knowledge and skills that the student must possess;
- ~ thematic seminar plans;
- ~ control action;
- ~ textbook, textbooks on the subject, as well as electronic resources;
- ~ list of questions to offset.

After that, you should have a clear idea of the amount and nature of knowledge and skills that need to be mastered in the discipline. Systematic implementation of educational work in practical classes will successfully master the discipline and create a good basis for passing the test.

Education of persons with disabilities is carried out taking into account the individual psychophysical characteristics, and for the disabled in accordance with the individual rehabilitation program of the disabled. For persons with hearing impairment, it is possible to provide information visually (a brief summary of lectures, basic and additional literature), the presence of an assistant is allowed at lectures and practical classes.

Assessment of students' knowledge in practical classes is carried out on the basis of written summaries of answers to questions, written practical tasks. The report can also be provided in writing (in the form of an abstract), while the requirements for the content remain the same, and the requirements for the quality of presentation (clarity, quality of speech, interaction with the audience, etc.) are replaced by the corresponding requirements for written works (quality of text and bibliography, literacy, availability of illustrations, etc.).

Interim certification for persons with hearing impairments is carried out in writing, using General evaluation criteria. If necessary, the preparation time can be increased.

For persons with visual impairment, auditory information may be provided, as well as the use of recording devices in lectures. It is allowed to have an assistant in the classroom, providing students with the necessary technical assistance. Assessment of students' knowledge at seminars is carried out orally (both answers to questions and practical tasks).

Interim certification for persons with visual impairment is carried out orally, the text of the tasks is provided in the form adapted for persons with visual impairment (enlarged font), the evaluation uses General evaluation criteria. If necessary, the preparation time can be increased.

Persons with disorders of the musculoskeletal system do not need special forms of training materials. However, taking into account the state of health, part of the classes can be implemented remotely (using the Internet). Thus, if it is impossible to attend a lecture session, the student can use a brief summary of the lecture. If it is impossible to attend a practical lesson, the student must provide a written summary of the answers to the questions, written practical

task. The report can also be provided in writing (in the form of an abstract), while the requirements for the content remain the same, and the requirements for the quality of presentation of the material (clarity, quality of speech, interaction with the audience, etc.) are replaced by the relevant requirements for written works (quality of text and bibliography, literacy, availability of illustrations, etc.).

Interim certification for persons with disorders of the musculoskeletal system is carried out on a common basis, if necessary, the procedure can be implemented remotely (for example, using Skype). To do this, in agreement with the teacher, the student at a certain time gets in touch for the procedure. In this case, the questions and practical task are chosen by the teacher.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Дули Р. «Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя». – М.: Попурри, 2017.
2. Уэйншенк С. «100 новых главных принципов дизайна». - Питер, 2016.
3. Купер А. «Интерфейс. Основы проектирования взаимодействия». 4-ое издание, Питер, 2017.
4. Aswathappa, K.. Essentials of Business Environment, Global Media, 2008. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=3011468>.
5. Cherunilam, Francis. Business Environment, Himalaya Publishing House, 2010. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=588053>.
6. Innovation: Business Environment, Government Policy and Firm Strategy, edited by Mingzhi Li, et al., Emerald Group Publishing Limited, 2015. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=2030577>
7. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/10953>
8. Елисеев А.С. Экономика. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/17607>
9. 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. 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.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не используются.

6.5. 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

6.6. 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, практических занятий, 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»](#)