

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

Институт бизнеса и делового администрирования

Факультет международного бизнеса и делового администрирования

УТВЕРЖДЕНА

решением Ученого совета ИБДА

протокол от «13» сентября 2018 г.

№ 4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.02.02 Потребительское поведение на развивающихся рынках /
Consumer Behaviour in Emerging Markets**

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки)

«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

направленность (профиль)

МАГИСТР

квалификация

очная

форма обучения

Год набора – 2019

Москва, 2018

Автор(ы)–составитель(и):

Профессор, д.с.н, к.с.н.

М.Ф. Черныш

проф, д.э.н. заведующий кафедрой
Менеджмента ИБДА

А.Л. Гапоненко

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
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	5
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	11
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	12
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	12

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

1.1. Дисциплина **Б1.В.ДВ.02.02 Потребительское поведение на развивающихся рынках / Consumer Behaviour in Emerging Markets** обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-5	Способность работать в коллективе в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	УК ОС – 5.5	Понимание межкультурных различий при анализе поведения потребителей и оценке состояния рыночной среды
ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1.3	формирование представления об основных функциях менеджмента в международных организациях

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Обеспечение сбора и анализа информации для учета различий поведения потребителей	УК ОС – 5.5 ПК-1.3	<p><u>на уровне знаний</u></p> <ul style="list-style-type: none"> теории потребительского поведения, особенности потребительского поведения населения переходной экономики, тенденций эволюции и их влияние на экономику; общих тенденций развития потребительского поведения в России, тенденций эволюции отдельных рынков: рынка продуктов питания и алкоголя, рынка одежды, автомобильного рынка, рынка информационных технологии и продуктов.
Разработка и реализация маркетинговых стратегий с		<ul style="list-style-type: none"> понимание влияния перехода от моделей дефицита к моделям изобилия товаров на потребительское поведение теоретических предпосылок анализа состояния рынков, логики последовательного изложения

учетом культурных особенностей потребителей		материала от общих положений к анализу отдельного случая.
		<p><u>на уровне умений</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – отслеживать и анализировать взаимосвязь между экономикой, социальной сферой и потребительским поведением. – использовать концепции потребительского поведения для анализа тенденций современных рынков и рынков в прошлом; – анализировать изменения отдельных рынков, прогнозировать их состояние на основании выявленных тенденций, использовать индикаторы рыночной активности для целей анализа; – анализировать отдельные кейсы, использовать диаграммы и статистические таблицы для описания темы, использовать в режиме триангуляции данные статистики, научных исследований и медийной информации для создания полноценного аналитического продукта.
		<p><u>на уровне навыков</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – использование полученных знаний для принятия правильных управленческих решений на рынках переходных экономик; – анализ потребительского поведения, критического анализа результатов исследований рынков, самостоятельной деконструкции состояния отдельных рынков на основе тенденций их становления в привязке к микро и макро тенденциям в экономике и обществе; – способность логичного описания рыночной ситуации в сочетании макро и микрофакторов;

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

Учебным планом для дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Потребительское поведение на развивающихся рынках / Consumer Behaviour in Emerging Markets» установлено:

- трудоемкость дисциплины – 2 з.е.,
- контактная работа с преподавателем – 20 часов, в том числе 4 часа – лекции, 16 часов – практические занятия;

- самостоятельная работа – 52 часов

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Потребительское поведение на развивающихся рынках / Consumer Behaviour in Emerging Markets», предназначена для студентов 1-го курса, изучается во 2 семестре.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

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

(очная форма обучения)

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости* промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Модели потребления в советский период – начало консьюмеризма	12	2				10	не проводит ся
Тема 2	Начало переходного периода – нестабильное поведение	14	2			2	10	К
Тема 3	Современные практики потребления в России	22				6	12	не проводит ся
Тема 4	Современные практики потребления в России – продолжение, кейсы.	24				8	16	К
Промежуточная аттестация								зачет
Всего:		72	4			16	4	48

Примечание:

* – формы текущего контроля успеваемости:

Опрос (О)

Кейс (К)

Групповая работа (ГР)

Презентация (Пр)

Диспут (Д)

Тестирование (Т)

Содержание дисциплины

Тема 1. Модели потребления в советский период – начало консьюмеризма

Роль товаропотребления в СССР. Экономика дефицита. Жизненные стили и стратификация советского общества. Советская элита и средний класс: основные модели потребления. Коррупция советской системы. Обуржуазивание советского общества - бюрократия как модель поведения в СССР. Крах системы и создание предпосылок для изменения моделей потребления.

Тема 2. Начало переходного периода – нестабильное поведение

Начало переходного периода, дифференциация потребительского поведения в меняющейся России

Кейс: становление продуктового и алкогольного рынка и новые модели потребления.

Новые модели финансового поведения. Финансовые пирамиды. Коммерческие банки и инвестиционные учреждения.

Кейс: как в России покупали одежду в 1990-х.

Кейс: становление высокотехнологичного рынка: компьютеры, пейджеры, мобильные телефоны.

Тема 3. Современные практики потребления в России

«Неожиданный» рост среднего класса в России. Влияние среднего класса на модели потребления. Новое лицо российского ритейла.

Тема 4. Современные практики потребления в России – продолжение, кейсы.

Кейс: рынок компьютеров и мобильных телефонов

Кейс: автомобильный рынок. Эволюция и будущее

Кейс: продуктовый и алкогольный рынок.

Кейс: средства покупки и продажи, информационные сервисы.

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:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Модели потребления в советский период – начало консьюмеризма	не проводится
Тема 2. Начало переходного периода – нестабильное поведение	Кейсы

Тема 3. Современные практики потребления в России	не проводится
Тема 4. Современные практики потребления в России – продолжение, кейсы.	Кейсы

4.1.2. Зачет проводится в устной форме.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 2

Кейс: становление продуктового и алкогольного рынка и новые модели потребления.

Кейс: как в России покупали одежду в 1990-х.

Типовые оценочные материалы по теме 3-4

Кейс: рынок компьютеров и мобильных телефонов

Кейс: автомобильный рынок. Эволюция и будущее

Кейс: продуктовый и алкогольный рынок.

Кейс: средства покупки и продажи, информационные сервисы.

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
УК ОС-5	Способность работать в коллективе в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	УК ОС – 5.5	Понимание межкультурных различий при анализе поведения потребителей и оценке состояния рыночной среды
ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1.3	формирование представления об основных функциях менеджмента в международных организациях

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС – 5.5 ПК-1.3	Способность устанавливать глубокие взаимосвязи между разными уровнями экономической жизни общества – макротенденциями и поведением в микро-контексте.	<p>Знает особенности потребительского поведения населения переходной экономики, тенденции эволюции и их влияние на экономику, понимать влияние перехода от моделей дефицита к моделям изобилия товаров на потребительское поведение.</p> <p>Умеет отслеживать и анализировать взаимосвязь между экономикой, социальной сферой и потребительским поведением.</p> <p>Владеет навыками использования полученных знаний для принятия правильных управленческих решений на рынках переходных экономик.</p>

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

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Роль товаропотребления в СССР.
2. Экономика дефицита.
3. Жизненные стили и стратификация советского общества.
4. Советская элита и средний класс: основные модели потребления.
5. Коррупция советской системы.
6. Обуржуазивание советского общества - бюрократия как модель поведения в СССР.
7. Крах системы и создание предпосылок для изменения моделей потребления.
8. Начало переходного периода, дифференциация потребительского поведения в меняющейся России
9. Новые модели финансового поведения.
10. Финансовые пирамиды: влияние на финансовое поведение.
11. Коммерческие банки и инвестиционные учреждения.
12. Влияние среднего класса на модели потребления.
13. Эволюция продуктового рынка в РФ: основные тенденции пост-советского периода
14. Компьютеризация России: основные тенденции
15. Интернет-торговля в современной России: основные направления и тенденции развития.
16. Тенденции развития автомобильного рынка в современной России.
17. Отложенные «советский» спрос и его влияние на состояние рынков

18. Зависимость от пути: как она сказывается на потребительском поведении россиян?
19. Накопительное поведение российских потребителей: изменения за два последних десятилетия.
20. Инвестиционное поведение россиян: основные факторы и мотивы поведения
21. Терминальные и инструментальные ценности в паттернах поведения в современной России.
22. Травма транзита к рынку и ее компенсаторные потребительские механизмы.

Шкала оценивания

85-100 баллов	<p>Знает особенности потребительского поведения населения переходной экономики, тенденции эволюции и их влияние на экономику, понимает влияние перехода от моделей дефицита к моделям изобилия товаров на потребительское поведение.</p> <p>Умеет отслеживать и анализировать взаимосвязь между экономикой, социальной сферой и потребительским поведением.</p> <p>Владеет навыками использования полученных знаний для принятия правильных управленческих решений на рынках переходных экономик.</p>
84-70 баллов	<p>Знает особенности потребительского поведения населения переходной экономики, тенденции эволюции и их влияние на экономику, в большинстве случаев понимает влияние перехода от моделей дефицита к моделям изобилия товаров на потребительское поведение.</p> <p>Допускает некоторые ошибки при отслеживании и анализе взаимосвязи между экономикой, социальной сферой и потребительским поведением.</p> <p>В большинстве случаев способен использовать полученные знания для принятия правильных управленческих решений на рынках переходных экономик.</p>
69-55 баллов	<p>Неуверенные знания об особенностях потребительского поведения населения переходной экономики, тенденциях эволюции и их влияния на экономику, в большинстве случаев не понимает влияние перехода от моделей дефицита к моделям изобилия товаров на потребительское поведение.</p> <p>Допускает ошибки при отслеживании и анализе взаимосвязи между экономикой, социальной сферой и потребительским поведением.</p> <p>В большинстве случаев не способен использовать полученные знания для принятия правильных управленческих решений на рынках переходных экономик.</p>
Менее 55 баллов	<p>Не знает об особенностях потребительского поведения населения переходной экономики, тенденциях эволюции и их влияния на экономику, в большинстве случаев не понимает влияние перехода от моделей дефицита к моделям изобилия товаров на потребительское поведение.</p>

	<p>Допускает грубые ошибки при отслеживании и анализе взаимосвязи между экономикой, социальной сферой и потребительским поведением.</p> <p>В большинстве случаев не способен использовать полученные знания для принятия правильных управленческих решений на рынках переходных экономик.</p>
--	---

Перевод баллов в традиционную систему оценки:

Баллы по 100-балльной системе	Пятибалльная система оценки	Система оценивания «зачтено-не зачтено»
85-100 баллов	отлично	Зачтено
70-84 баллов	хорошо	зачтено
55-69 баллов	удовлетворительно	зачтено
Менее 55 баллов	неудовлетворительно	незачтено

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

Зачет проводится в форме собеседования по одному вопросу из предложенного перечня.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для эффективного изучения необходимо, в первую очередь, чётко усвоить рекомендации, изложенные преподавателем на вводном занятии, ознакомиться со структурой курса, списком рекомендованной литературы.

По темам дисциплины проводятся лекции и практические занятия.

Лекция не должна быть для студента пассивной формой занятий. На лекции необходимо активно работать: внимательно отслеживать ход рассуждений преподавателя.

Практическое занятие выполняет одновременно несколько функций: позволяет расширить и углубить знания, полученные в ходе самостоятельной работы; приобрести опыт публичного выступления; а преподавателю – проконтролировать степень усвоения учебного материала.

Практические занятия играют в изучении дисциплины немаловажную роль еще и потому, что подготовка к ним и участие в них предполагают не столько пассивное восприятие учебного материала и его последующее воспроизведение, сколько как раз самостоятельное извлечение необходимой информации из различных источников, сравнительный анализ фактов, событий, процессов и документов, сопоставление разноречивых мнений и оценок. Многие задания потребуют сформулировать и аргументировать собственную позицию. Поэтому размышления над поставленными вопросами, знакомство с указанными в списке литературы учебными и научными изданиями позволит студентам не только осмыслить важнейшие проблемы экономической науки, но и выработать свой собственный взгляд на многие, до сих пор остающиеся спорными проблемы.

Задания для практических занятий составлены по наиболее важным темам дисциплины. В основе подготовки к практическим занятиям лежит самостоятельная работа студентов с заданиями преподавателя, интернет источникам.

Следует учитывать, что успешное усвоение курса невозможно без активной самостоятельной работы. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ☐ Чтение материалов лекций, рекомендованной литературы и усвоение теоретического

материала дисциплины;

- ☐ работу с интернет-источниками;
- ☐ внимательное изучение материалов кейса
- ☐ подготовку к сдаче зачета.

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

6.1 Основная литература

1. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 410 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6ABD744A-0AB7-4163-A983-248E01A14429.

6.2 Дополнительная литература

1. Berger J. Contagious: Why Things Catch On. N.Y.Simon and Schuster. 2012.
2. Cialdini R. Influence: The Psychology of Persuasion, Revised Edition. N.Y.William Morrow and Co. 2010.
3. Chernyshova N. Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era. L.Routledge. 2013.
4. Hessler J. A Social History of the Soviet Trade: Trade Policy, Retail Practices, and Consumption, 1917-1953. Princeton University Press. 2004.
5. Gronow J. Caviar and Champagne. L.Bloomsbury Academic. 2003
6. Kolesnichenko A. The Great Russian Consumer Revolution. Transition Online. 2012.
7. North D. Structure and Change in Economic History. N.Y.MacMillan. 1982.
8. Randall A. The Soviet Dream World of Retail Trade and Consumption in the 1930s.L. Palmgrave MacMillan. 2008.
9. Statt D. Understanding the Consumer. L.: MacMillan Business. 1990.
10. Statt D. Psychology and the world of work. L.: MacMillan. 1994.
11. Yurchak A. Everything Was Forever, Until It Was No More: The Last Soviet Generation. Princeton University. 2005.

6.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Не используется

6.4 Нормативные правовые документы

Не используются

6.5 Интернет-ресурсы

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/ECAEXT/RUSSIANFEDERATIONEXTN/0,,contentMDK:21032950~pagePK:141137~piPK:141127~theSitePK:305600,00.html?gclid=CIBthoKsvpECFRsPZwodYXGCNg>

6.6 Иные источники

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

Для проведения лекций и практических занятий необходимы:

- 1) Аудитория, оборудованная для проведения компьютерных презентаций, включая возможность частичного затемнения аудитории по адресу

Проспект Вернадского, 82, корпус 5, аудитория 129 для лекций, аудитории 505 и 506 для практических занятий, компьютер/ноутбук и проектор в наличии

2) Мультимедийное оборудование для компьютерной презентации – персональный компьютер, проектор, экран

3) Обычное оборудование аудитории - доска, фломастеры

Требования к программному обеспечению при прохождении учебной дисциплины: комплект офисных программ: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Microsoft Internet Explorer.