


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель курса «Психология маркетинга» - формирование основ знаний у обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент», современной теории психологии маркетинга и навыков ее практического использования.

Задачи дисциплины:

- ознакомить обучающихся с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами психологии маркетинга;
- рассмотреть психографические особенности покупательского поведения;
- охарактеризовать психологические особенности маркетинговых исследований;
- выявить специфику психологического воздействия маркетинговых коммуникаций на сознание целевой аудитории;
- ознакомить обучающихся с моделями психологического воздействия элементов комплекса маркетинга на поведение потребителя.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

«Психология маркетинга» является дисциплиной по выбору части Учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент и имеет код Б1.В.ДВ.05.02.


Дисциплина «Психология маркетинга» изучается в одном семестре с дисциплинами (практиками): Психология управления, Деловое общение, Деловая этика, Поведение потребителей, Связи с общественностью, Организационная культура.

Дисциплина «Психология маркетинга» предшествует изучению дисциплин (практик) и дальнейшему формированию соответствующих компетенций: Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующей профессиональной компетенции:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-6 владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде	ИД-1пк6 Знать основы психологии маркетинга для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде ИД-2пк6 Уметь применять технологии психологии маркетинга для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде ИД-3пк6 Владеть навыками применения технологий психологии маркетинга для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		
	основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде	

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2 ЗЕТ


4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)		
	всего по плану	в том числе по семестрам	
		5	6
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36	-
Аудиторные занятия, в том числе:	36	36	-
лекции	18	18	-
семинары и практические занятия	18	18	-
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	36	36	-
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Доклад Коллоквиум Письменный опрос	Доклад Коллоквиум Письменный опрос	-
Курсовая работа	-	-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет	-
Всего часов по дисциплине	72	72	-

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1. Методологические основы психологии маркетинга.	10	2	2	-	-	6	Доклад
2. Психология потребительского поведения.	10	2	2	-	2	6	Коллоквиум
3 Роль психографии в типологии поведения потребителей..	14	4	4	-	2	6	Письменный опрос
4. Психологические аспекты маркетинговых исследований.	14	4	4	-	2	6	Письменный опрос
5. Психология маркетинговых коммуникаций.	10	2	2	-	2	6	Коллоквиум
6. Психология коммерческой деятельности.	14	4	4	-	2	6	Доклад

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине							
ИТОГО	72	18	18	-	10	36	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методологические основы психологии маркетинга.

Исторические предпосылки развития психологии маркетинга в России и за рубежом.

Психология маркетинга: понятийный и классификационный анализ. Психология восприятия продукта, его цены, методов продажи и рекламы. Основы психологии продаж. Психология связей с общественностью. Основы психологии поведения потребителя. Психоаналитически ориентированный маркетинг: использование бессознательного.

Роль знаний по психологии маркетинга в подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент».

Тема 2. Психология потребительского поведения.

Психологические характеристики модели поведения индивидуализированного потребителя. Сознание потребителя и его особенности. Восприятие в логике потребительского спроса. Гельштальт-подход как инструмент изучения восприятия потребителя. Внимание, любопытство и вовлеченность потребителя. Потребностно-мотивационная сфера потребителя. Покупочное и послепокупочное поведение потребителя, система отношений к товару/марке после покупке и потребления. Психологическое воздействие на поведение потребителей ситуационных факторов покупки. Психологические приемы маркетингового воздействия на поведение потребителя, роль технологии нейролингвистического программирования (NLP) в данном процессе.

Тема 3. Роль психографики в типологии поведения потребителей.

Типология потребителей. Типология поведения покупателей. Устойчивые психологические типы. Типы темперамента по Гиппократу-Павлову. Типы конституции по Э.Кречмеру. Психологические типы по К.Г.Юнгу и И.Майерс-Бриггс. Сбалансированные психологические типы личности потребителей, акцентуации личностей и психопаты. Рациональные и иррациональные потребители. Психология шопперов. Приверженные и лояльные потребители.


Психографика потребителей по стилю жизни. Модель АЮ (действие, интерес, внимание). Типология VALS-1 и VALS-2: ценности и стиль жизни потребителя. Модель LOV (лист ценностей потребителя).

Тема 4. Психологические аспекты маркетинговых исследований.

Исследование спроса на основе изучения ценностно-мотивационной сферы потребителя. Исследование потребительского поведения на основе типологических моделей. Исследование поведения целевого сегмента рынка: особенностей восприятия, выбора, поведения в связи со спецификой продукта. Роль методических приемов психологии в оценке эффективности маркетинговых коммуникаций. Анализ системы отношений в связи с продуктом. Психологическая экспертиза продукта по его базовым характеристикам, воздействующим на потребителя. Диагностика отношения потребителей к товару/марке, оценка степени лояльности целевой клиентуры.

Тема 5. Психология маркетинговых коммуникаций.

Психологическая сущность рекламы, PR и прямых коммуникаций. Коммуникационное воздействие на поведение потребителя и восприятие клиентом информации. Основные виды рекламы и их психологическое воздействие на принятие потребителем решения о покупке. Манипуляции в рекламе. Модель AIDA и ее модификации. Шестиступенчатая модель Лэвиджа-Стейнера. Модель «коммуникации/убеждения» МакГвайера. Модель Росситера и Перси: пять эффектов от рекламы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Психологические средства PR-воздействия на целевую аудиторию. Психологические и этические аспекты воздействия на потребителей прямых маркетинговых коммуникаций.

Нормативно-правовые ограничения психологического воздействия маркетинговых коммуникаций на потребителя: отечественный и зарубежный опыт, роль консьюмеризма в данном процессе, мировые тенденции.

Тема 6. Психология коммерческой деятельности.

Психологические аспекты работы с маркетинговыми посредниками. Особенности ведения переговоров и заключения сделок. Техника ведения эффективных коммерческих диалогов. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции. Техники повышения внушаемости, используемые в психологии коммерции. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи коммерсанта. Анализ покупочных мотивов потребителей. Психотехнология суперпродажи «Компас». Психологические приемы снятия возражений клиента при ведении коммерческой деятельности. Психология розничной торговли. Психологические особенности сетевого маркетинга. Этические и нормативно-правовые аспекты психологического манипулирования поведением клиента при оптовой, розничной и электронной торговле.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 18 часов.

Тема 1. Методологические основы психологии маркетинга.

Форма проведения семинарского занятия – блиц-опрос о сущности основных понятий психологии маркетинга; научные доклады об истории становления психологии маркетинга в РФ и за рубежом; научная дискуссия о целях, задачах и роли курса «Психология маркетинга» при подготовке бакалавров по направлению «Менеджмент». Обсуждение докладов по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Каковы исторические предпосылки развития психологии маркетинга в России и за рубежом? Проведите сравнительный анализ.
2. В чем заключается сущность психологии маркетинга?


Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Раскройте содержание концепции психоаналитически ориентированного маркетинга.

Тематика докладов по теме:

1. История становления и развития психографики потребительского поведения в России.
2. История становления и развития психографики потребительского поведения за рубежом.
3. Значение маркетинга и его психологические основания.
4. Психология восприятия продукта и рекламы.
5. Психология потребительского поведения.
6. Восприятие в логике потребительского спроса.
7. Внимание, любопытство и вовлеченность потребителя.
8. Потребностно-мотивационная сфера потребителя.
9. Привычки и приверженность потребителя.

Написание доклада – это краткое изложение в письменном виде или публичное выступление перед группой с результатами научно-исследовательской работы по теме, выбранной из перечня предлагаемых выше тем. Цель написания доклада – формирование и развитие компетенций обучающегося в области самостоятельной научно-исследовательской работы студента, в которой раскрывается суть исследуемой проблемы. Объем доклада может различным в зависимости от темы. В структуре доклада

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

выделяются: титульный лист, материал по теме, список использованной литературы. В докладе допускается включение таблиц, графиков, схем, как в основном тексте, так и в качестве приложений. Критерии оценки доклада: соответствие теме; глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; владение терминологией и культурой речи. По усмотрению автора доклада во время публичных выступлений возможно использование мультимедийной презентации с соответствующим последующим обсуждением в группе.

Тема 2. Психология потребительского поведения.

Форма проведения семинарского занятия – работа по подгруппам по разработке моделей психологического влияния на потребителя в интересах маркетинга; решение тематических задач. Коллоквиум по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чём заключается Гельштальт-подход как инструмент изучения восприятия потребителя?
2. Дайте характеристику потребностно-мотивационной сферы потребителя.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Охарактеризуйте психологические приемы маркетингового воздействия на поведение потребителя.
4. Раскройте содержание концепции нейролингвистического программирования (NLP) в психологии маркетинга.

Тема 3. Роль психографики в типологии поведения потребителей.

Форма проведения семинарского занятия – работа по подгруппам по освоению методик диагностики психологического типа и темперамента потребителя. Письменный опрос по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте основные типы темперамента по классификации Гиппократ-Павлова.
2. В чём состоят особенности поведения сбалансированных психологических типов личностей потребителей и акцентуированных акцентуации личностей?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Раскройте содержание психологии шопперов.

Тема 4. Психологические аспекты маркетинговых исследований.

Форма проведения семинарского занятия – ролевая игра по методическим особенностям исследования психографики клиентуры; разработка «анкеты» для оценки эффектов психологического и поведенческого характера от рекламы. Письменный опрос по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Какова роль методических приемов психологии в оценке эффективности маркетинговых коммуникаций?
2. Каким образом осуществляется психологическая экспертиза продукта по его базовым характеристикам, воздействующим на потребителя?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:


3. Охарактеризуйте методы оценки степени лояльности целевой клиентуры.

Тема 5. Психология маркетинговых коммуникаций.

Форма проведения семинарского занятия – деловая игра «Психологическая экспертиза как инструмент оценки оригинал-макета рекламного сообщения». Коллоквиум по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. В чём заключаются манипуляции в рекламе?
2. Охарактеризуйте модель AIDA и ее модификации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Дайте характеристику практической применимости модели Росситера и Перси «о пяти эффектах от рекламы».

Тема 6. Психология коммерческой деятельности.

Форма проведения семинарского занятия – деловая ролевая игра по освоению техники снятия сопротивления клиента при заключении коммерческого договора на оптовую поставку продукции на В-2-В рынке. Обсуждение докладов по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Охарактеризуйте психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции.
2. В чём заключается сущность психотехнологии суперпродажи «Компас»?

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Каковы психологические приемы снятия возражений клиента при ведении коммерческой деятельности?
4. Охарактеризуйте этические и нормативно-правовые аспекты психологического манипулирования поведением клиента при оптовой, розничной и электронной торговле.

Тематика докладов по теме:

1. Техника ведения эффективных коммерческих диалогов. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции.
2. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи коммерсанта.
3. Психотехнология суперпродажи «Компас».
4. Психологические приемы снятия возражений клиента при ведении коммерческой деятельности.
5. Психологические особенности сетевого маркетинга.
6. Этические и нормативно-правовые аспекты психологического манипулирования поведением клиента при оптовой, розничной и электронной торговле.

Написание доклада – это краткое изложение в письменном виде или публичное выступление перед группой с результатами научно-исследовательской работы по теме, выбранной из перечня предлагаемых выше тем. Цель написания доклада – формирование и развитие компетенций обучающегося в области самостоятельной научно-исследовательской работы студента, в которой раскрывается суть исследуемой проблемы. Объем доклада может различным в зависимости от темы. В структуре доклада выделяются: титульный лист, материал по теме, список использованной литературы. В докладе допускается включение таблиц, графиков, схем, как в основном тексте, так и в качестве приложений. Критерии оценки доклада: соответствие теме; глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; владение терминологией и культурой речи. По усмотрению автора доклада во время публичных выступлений возможно использование мультимедийной презентации с соответствующим последующим обсуждением в группе.

7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ


Данный вид работы по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Значение маркетинга и его психологические основания.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

2. Исторические предпосылки развития психологии маркетинга в России и за рубежом.
3. Психология маркетинга: понятийный и классификационный анализ.
4. Психология восприятия продукта, его цены, методов продаж и рекламы.
5. Основы психологии продаж.
6. Психология связей с общественностью.
7. Основы психологии поведения потребителя.
8. Восприятие в логике потребительского спроса.
9. Гельштальт-подход как инструмент изучения восприятия потребителя.
10. Активация эмоций потребителя.
11. Привычки и приверженность потребителя.
12. Психоаналитические основания спроса и стимулирование потребностей потребителя.
13. Психология принятия решений потребителем о приобретении товара/услуги.
14. Инстинкты потребителя и их влияние на восприятие продукта.
15. Психологические основы маркетинговых манипуляций.
16. Стереотипы и убеждения потребителя.
17. Устойчивые психологические типы потребителей.
18. Типы темперамента по Гиппократу-Павлову. Типы конституции по Э.Кречмеру.
19. Психологические типы по К.Г.Юнгу и И.Майерс-Бриггс.
20. Сбалансированные психологические типы личности потребителей, акцентуации личностей и психопаты.
21. Рациональные и иррациональные потребители.
22. Психология шопперов.
23. Приверженные и лояльные потребители.
24. Психографика потребителей по стилю жизни. Модель АЮ (действие, интерес, внимание).
25. Типология VALS-1 и VALS-2: ценности и стиль жизни потребителя. Модель LOV (лист ценностей потребителя).
26. Исследование спроса на основе изучения ценностно-мотивационной сферы потребителя.
27. Исследование потребительского поведения на основе типологических моделей.
28. Исследование поведения целевого сегмента рынка: особенностей восприятия, выбора, поведения в связи со спецификой продукта.
29. Исследование психологического воздействия маркетинговых коммуникаций.
30. Диагностика отношения потребителей к товару\марке, оценка степени лояльности целевой клиентуры.
31. Психологическая экспертиза продукта по его базовым характеристикам, воздействующим на потребителя.
32. Психологическая сущность рекламы. Воздействие и восприятие.
33. Психологические средства рекламного воздействия.
34. Манипуляции в рекламе.
35. Основные виды рекламы и их психологическое значение.
36. Нормативно-правовые ограничения психологического воздействия маркетинговых коммуникаций на потребителя: отечественный и зарубежный опыт, роль консьюмеризма в данном процессе, мировые тенденции.
37. Психологические аспекты работы с маркетинговыми посредниками.
38. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции.
39. Психологические приемы снятия возражений клиента при ведении коммерческой деятельности.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

40. Этические и нормативно-правовые аспекты психологического манипулирования поведением клиента при оптовой, розничной и электронной торговле.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Методологические основы психологии маркетинга.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка доклада по теме	6	Проверка доклада по теме
2. Психология потребительского поведения.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к коллоквиуму	6	Проверка ответов на вопросы коллоквиума
3 Роль психологии в типологии поведения потребителей.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к письменному опросу	6	Проверка ответов на письменный опрос
4. Психологические аспекты маркетинговых исследований.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к письменному опросу	6	Проверка ответов на письменный опрос
5. Психология маркетинговых коммуникаций.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к коллоквиуму	6	Проверка ответов на вопросы коллоквиума
6. Психология коммерческой деятельности.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка доклада по теме	6	Проверка доклада по теме

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы


основная

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496454>
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489012>

дополнительная

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09048-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494895>
2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09484-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494897>

учебно-методическая

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Белокопытова Н.Г. Методические указания по дисциплине «Психология маркетинга» по организации самостоятельной работы обучающихся, осваивающих ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое планирование и маркетинг» (уровень бакалавриата) : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 525 КБ). - Текст : электронный. // <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2752>

Согласовано:

Главный библиотекарь
отдела обслуживания ИЭиБ
научной библиотеки УлГУ



подпись

Голосова М.Н. 01.06.2022г.

б) Программное обеспечение:

- 1.«1С: Предприятие 8»;
- 2.Statistica Academic for Windows;
- 3.Комплект ПО «Универсал» («Финансовый анализ + Оценка бизнеса», «Инвестиционный анализ», «Бюджет», «Оценка недвижимости»);
- 4.Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4»;
- 5.Windows Office;
- 6.МойОфис Стандартный;
- 7.Антиплагиат.ВУЗ

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:


- 1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2022]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. - Москва, [2022]. - URL: <https://www.rosmedlib.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. - Томск, [2022]. - URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2022]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.8. Clinical Collection : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. - URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.9. База данных «Русский как иностранный» : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. - URL: <https://ros-edu.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

- 3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
- 3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2022]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный
- 3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. - Москва, [2022]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. - Москва, [2022].

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

– URL: <https://nzb.rfu>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO// EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8e55aa76d8229047223a7d0de9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

СОГЛАСОВАНО:


Должность


ФИО


Подпись 01.06.2022 г.
дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

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

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:


- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

Разработчик программы дисциплины:



к.э.н., доцент кафедры управления ИЭиБ
ФГБОУ ВО «УлГУ»




Белокопытова Н.Г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		07.06.2023
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Иванова Т.Ю.		07.06.2023

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 1

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Душкина М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. - Москва : Юрайт, 2023. - 259 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/519037>
2. Коноваленко М/ Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. - Москва : Юрайт, 2023. - 393 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510921>

б) дополнительная литература:


1. Реброва Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. - Москва : Юрайт, 2023. - 277 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511398>
2. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 278 с. - ISBN 978-5-394-03521-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093455>
3. Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей : монография / О. С. Посыпанова. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 341 с. — ISBN 978-5-4487-0467-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80372.html>

в) учебно-методическая литература:

1. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Психология маркетинга» по организации самостоятельной работы обучающихся, осваивающих ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое планирование и маркетинг» (уровень бакалавриата) : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 525 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2752>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 05.06.2023 г.
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 2

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.



6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

СОГЛАСОВАНО:

Иванов Вадим *Иванов Юрь* / *Иванов* 01.06.2023

Должность сотрудника УИТиТ ФИО подпись дата

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		21.05.2024
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Иванова Т.Ю.		21.05.2024

**11.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ****а) Список рекомендуемой литературы****а) основная литература:**

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551845>
2. Тимофеев, М. И. Психология рекламы : учебное пособие / М.И. Тимофеев. — 2-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. — 224 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/4846>. - ISBN 978-5-369-01373-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1943456>


б) дополнительная литература:

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535832>
2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18364-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534862>
3. Филипович, Е. И. Психология рекламы : учебное пособие (курс лекций) / Е. И. Филипович. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2023. — 98 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/135735.html>

в) учебно-методическая литература:

1. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Психология маркетинга» по организации самостоятельной работы обучающихся, осваивающих ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое планирование и маркетинг» (уровень бакалавриата) : учебно-методическое пособие / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 525 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2752>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 20.05.2024 г.
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

б) Программное обеспечение –

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». - Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». - Москва, [2024]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». - Санкт-Петербург, [2024]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». - Москва, [2024]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. - Москва, [2024]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.


Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

20.05.2024

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/ выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п. 2 «Место дисциплины в структуре ОПОП» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		30.08.2024

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Поведение потребителей» является дисциплиной по выбору части Учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по программе бакалавриата 08.03.02 Менеджмент и имеет код Б1.В.ДВ.05.01.

Дисциплина «Поведение потребителей» изучается в одном семестре с дисциплинами (практиками): Психология управления, Деловое общение, Деловая этика, Психология маркетинга, Связи с общественностью, Организационная культура.

Дисциплина «Поведение потребителей» предшествует изучению дисциплин (практик) и дальнейшему формированию соответствующих компетенций: Преддипломная практика.