




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

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

*Цель курса “Поведение потребителей”* - формирование основ знаний у обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент, современной теории поведения потребителей и первоначальных навыков ее практического использования.

*Задачи дисциплины:*

- ❖ ознакомить обучающихся с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами к модели поведения потребителя;
- ❖ рассмотреть этапы процесса принятия потребителем решения о покупке;
- ❖ охарактеризовать особенности послепокупочных реакций потребителя;
- ❖ выявить современные направления развития консьюмеристского движения;
- ❖ ознакомить студентов с технологиями разработки маркетинговых мероприятий, основанных на знании содержания модели поведения, как индивидуализированного, так и организационного потребителя.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Поведение потребителей» является дисциплиной по выбору части Учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент и имеет код Б1.В.ДВ.05.01.


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, 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 поведения потребителей 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 теории поведения потребителей для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		
	<b>ИД-3пкб</b> Владеть навыками применения технологий поведения потребителей для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на 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:	Тестирование, опрос	Тестирование, 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. Предмет, цели, задачи и содержание курса.	10	2	2	-	-	6	Тестирование, опрос
2. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.	10	2	2	-	2	6	Тестирование, опрос
3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.	14	4	4	-	2	6	Тестирование, опрос
4. Процесс принятия потребителем решения о покупке.	14	4	4	-	2	6	Тестирование, опрос
5. Послепокупочное поведение потребителя.	10	2	2	-	2	6	Тестирование, опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа по дисциплине							
6. Организационное покупательское поведение.	14	4	4	-	2	6	Тестирование, опрос
ИТОГО	72	18	18	-	10	36	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса.

Предмет дисциплины. Цели, задачи и содержание курса. Мультидисциплинарность и взаимосвязь курса с другими дисциплинами. Роль курса в системе подготовки менеджера, маркетолога и других специалистов экономического профиля.

### Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.

Культурные, экономические, политические, научно-технические, природно-климатические и демографические факторы макросреды. Особенности влияния комплекса маркетинга отдельной организации на поведение потребителя. Влияние референтных групп. Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в поведении потребителей, демография и структура глобальных рынков. Сегментация международных рынков.

### Тема 3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.

Социально-экономический статус индивидуума: сущность, характеристики, способы определения при социальной стратификации. Восприятие, способность к обучению, мотивация, отношение, психологический тип личности как психографические характеристики потребителя, особенности их выявления и использования при разработке маркетинговых программ. Культурные характеристики потребителя и их учет в подготовке комплекса маркетинга товара/услуги. Жизненный стиль потребителя как внутренний фактор его поведения.

### Тема 4. Процесс принятия потребителем решения о покупке.

Осознание потребности. Информационный поиск. Предпокупочная оценка альтернатив покупки. Плановое решение о покупке. Влияние ситуационных покупочных факторов и фактическое решение о покупке. Покупка. Послепокупочное поведение: потребление и послепокупочные реакции потребителя.

### Тема 5. Послепокупочное поведение потребителя.

Варианты использования потребителем товара после покупки. Полное и частичное потребление товара индивидом, реакции потребителя на покупку в случае удовлетворенности/неудовлетворенности приобретенным товаром. Поведение потребителя в случае его отказа от потребления товара. Послепокупочный диссонанс: сущность и факторы, увеличивающие возможность его возникновения. Маркетинговые приемы снятия послепокупочного диссонанса потребителя.

### Тема 6. Организационное покупательское поведение.

Характеристики потребителя на рынке В-2-В. Типы закупочных ситуаций. Модель организационного покупательского поведения. Этапы процесса организационной закупки. Сущность и характеристики организационного стиля. Центр принятия организационного покупочного решения: содержание, основные участники, их функции и роли.

## 6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ


Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 18 часов.

### Тема 1. Предмет, цели, задачи и содержание курса.

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. В чем состоит предмет дисциплины «Поведение потребителей»?

Форма А

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

2. Каковы цели, задачи и содержание данного курса?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

3. Какова роль курса в системе подготовки бакалавра по направлению подготовки «Менеджмент»?

### **Тема 2. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.**

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Охарактеризуйте культурные, политические, экономические, научно-технические, природно-климатические, демографические составляющие макросреды как факторы внешнего воздействия на потребительское поведение.

2. В чем проявляется групповое влияние на индивидуума?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

3. В чем состоит суть кросс-культурных вариаций в поведении потребителей?

4. Раскройте содержание понятия «демография и структура глобальных рынков».

### **Тема 3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.**

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Каково содержание понятия «социально-экономический статус потребителя»?

2. В чем состоят сходства и различия функционального и репутационного подходов к определению социально-классовой структуры клиентурного рынка?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

3. В чем состоят сходства и различия основных психологических типов личности потребителя?

### **Тема 4. Процесс принятия потребителем решения о покупке.**

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Каковы основные типы процессов принятия решений потребителем о покупке?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

2. В чем состоит сущность процесса осознания потребителем потребности?

3. Каковы виды источников информации и их характеристики?

### **Тема 5. Послепокупочное поведение потребителя.**

*Вопросы по теме:*

1. Каковы основные варианты использования потребителем товара после покупки?

2. Каковы возможные реакции потребителя на покупку в случае удовлетворенности/неудовлетворенности приобретенным товаром?

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*

3. В чем состоят особенности поведения потребителя в случае его отказа от потребления товара?

### **Тема 6. Организационное покупательское поведение.**

*Вопросы по теме для обсуждения на занятии:*

1. Каковы основные черты организационного покупательского поведения?

2. Охарактеризуйте этапы процесса организационной закупки.

*Вопросы по теме для самостоятельного изучения:*


3. Какова сущность и характеристики организационного стиля?

## **7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

## **8.ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ**

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

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


## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Предмет, цели, задачи и содержание теории поведения потребителей.
2. История развития теории поведения потребителей: зарубежный и отечественный опыт.
3. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.
4. Концепция культуры как фактора внешнего влияния на поведение потребителя.
5. Экономические и политические индикаторы социального социально-экономического статуса потребителя.
6. Влияние референтных групп на поведение потребителей.
7. Стадии жизненного цикла домохозяйства и их характеристики.
8. Потребительская социализация в семье: содержание, стадии и модели процесса.
9. Восприятие как внутренний фактор потребительского поведения.
10. Обучение как внутренний фактор потребительского поведения.
11. Мотивация как внутренний фактор потребительского поведения.
12. Основные теоретические подходы к описанию личности индивида. Жизненный стиль потребителя как внутренний фактор его поведения.
13. Анализ содержания знаний потребителя о товаре, о месте и времени покупки и об использовании купленного продукта.
14. Содержание и параметры потребительского отношения.
15. Маркетинговые мероприятия по изменению компонентов потребительского отношения.
16. Типы процессов принятия решений потребителем о покупке.
17. Процесс осознания потребителем потребности.
18. Информационный поиск при принятии потребителем решения о покупке.
19. Оценка альтернатив покупки.
20. Ситуационные факторы покупки.
21. Послепокупочное поведение потребителя.
22. Модель организационного покупательского поведения.
23. Сущность и характеристики организационного стиля.
24. Центр принятия организационного покупательского решения: содержание, основные участники, их функции и роли. Типы закупочных ситуаций.

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Предмет, цели, задачи и содержание курса	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний, подготовка доклада по теме	6	Тестирование, опрос
Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к коллоквиуму	6	Тестирование, опрос
3. Индивидуальные характеристики потребителя как внутренний фактор его поведения.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к письменному опросу	6	Тестирование, опрос
4. Процесс принятия потребителем решения о	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к письменному опросу	6	Тестирование, опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф - Рабочая программа по дисциплине				
покупке.				
5. После-покупочное поведение потребителя.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка к коллоквиуму	6	Тестирование, опрос	
6. Организационное покупательское поведение.	Проработка учебного материала, устные ответы на вопросы на закрепление знаний; подготовка доклада по теме	6	Тестирование, опрос	

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### а) основная литература:

1. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2020. — 310 с. - ISBN 978-5-394-01475-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093183>
2. Федосенко, А. А. Поведение потребителей (маркетинговый аспект) : учебное пособие / А. А. Федосенко, Ю. Н. Денисенко. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2020. — 164 с. — ISBN 978-5-7890-1724-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117727.html>

#### б) дополнительная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>
2. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>
3. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2020. — 278 с. - ISBN 978-5-394-03521-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093455>
4. 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 «Поведение потребителей» 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 : 521 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2750>


Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. / МТБ / 2023  
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО подпись дата

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»;

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

- 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, [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

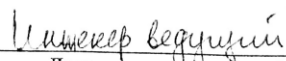
3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

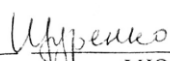
4. **Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

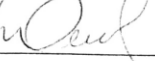
5. **Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

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

СОГЛАСОВАНО:


  
Должность сотрудника УИТиТ

  
ФИО

  
подпись

01.06.2023  
дата



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

## 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.


В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

### Разработчик программы дисциплины:

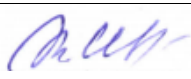

к.э.н., доцент кафедры управления ИЭиБ  
ФГБОУ ВО «УлГУ»




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.		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

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) основная литература:

1. Федосенко, А. А. Поведение потребителей (маркетинговый аспект) : учебное пособие / А. А. Федосенко, Ю. Н. Денисенко. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2020. — 164 с. — ISBN 978-5-7890-1724-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117727.html>
2. Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534656>


### б) дополнительная литература:


1. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова, М. В. Пономаренко. — Ставрополь : Секвойя, 2020. — 153 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121758.html>
2. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536443>
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>
4. Сушкевич, Е. А. Поведение потребителей : практикум / Е. А. Сушкевич. — Минск : Вышэйшая школа, 2020. — 152 с. — ISBN 978-985-06-3263-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120058.html>

### в) учебно-методическая литература:

1. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Поведение потребителей» 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 : 521 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2750>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 20.05.2024 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

### 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].

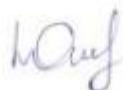
3. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

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

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. 2 «Место дисциплины в структуре ОПОП» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		30.08.2024

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

## Приложение 1

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Поведение потребителей» является дисциплиной по выбору части Учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент и имеет код Б1.В.ДВ.05.01.

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, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты