



|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

**Цель освоения дисциплины:** изучение теоретических и основ современных концепций, моделей поведения потребителей и процесса принятия ими решений.

### Задачи освоения дисциплины:

- Получение систематизированного представления о современных исследованиях в области анализа поведения потребителей
- Изучение факторов, влияющих на поведение потребителей и выявление закономерностей и индивидуальных особенностей в потребительском поведении;
- Изучение основных направления и методов исследования поведения потребителей

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Изучается в 7-8 семестрах

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы маркетинга Введение в медиаисследования и медиаизмерения Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Планирование ПР-кампаний Технологии имиджмейкинга Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях Социальные институты и процессы, учебная практика.

### Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения параллельно или предшествовать дисциплинам: Технологии производства рекламного продукта Планирование рекламных кампаний Поведение потребителей Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа Основы интегрированных коммуникаций Культурные и креативные индустрии Консалтинг в рекламе и связях с общественностью производственной практике, ГИА.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

| Код и наименование реализуемой компетенции   | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами  |
|--|--|
| ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | <p><b>Знать:</b> Сферы реализации потребительского поведения</p> <p><b>Уметь:</b> решать социальные и профессиональные задачи в сфере маркетинга исходя из культурного разнообразия общества</p> <p><b>Владеть:</b> навыками исследования факторов, влияющих на поведение потребителей и выявление</p> |

|  |  |       |   |
|--|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет   |  | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО   |  |       |   |
| ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности  | <p><b>Знать:</b> основные понятия теории поведения потребителей, ключевые закономерности и модели потребительского поведения.</p> <p><b>Уметь:</b> уметь использовать основные понятия и концепции социологии и психологии в изучении потребления</p> <p><b>Владеть:</b> навыками исследования особенностей потребительского поведения представителей различных социальных групп</p> |       |   |
| ПК6 Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности | <p><b>Знать:</b> методы анализа социальных, экономических и психологических факторов работы с потребителем;</p> <p><b>Уметь:</b> применять методы исследования потребительского поведения в соответствии с целью и задачами исследования</p> <p><b>Владеть</b> навыками практического применения полученных знаний для анализа данных российского потребительского рынка.</p>        |       |   |
| ПК5 Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов   | <p><b>Знать:</b> модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология);</p> <p><b>Уметь:</b> выделять основные факторы потребительского поведения</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа тенденций и факторов социально-экономических, культурных процессов на основе анализа потребителей.</p>                      |       |   |

#### 4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 5

по видам учебной работы (в часах) 180 часов

| Вид учебной работы   | Количество часов (форма обучения<br>Очно-заочная ) |                            |                                   |   |
|--|--|----------------------------|-----------------------------------|---|
|  | Всего по плану                                     | В т.ч. по семестрам        |                                   |   |
|  |  | 7                          | 8                                 |   |
| 1  | 2  | 3                          | 4                                 | 5 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем                   | 32   | 16                         | 16                                |   |
| Аудиторные занятия:  | 32   | 16                         | 16                                |   |
| лекции   | 8  | 8                          |                                   |   |
| семинарские и практические занятия                               | 24   | 8                          | 16                                |   |
| лабораторные работы (лабораторный практикум)                     |  |                            |                                   |   |
| Самостоятельная работа   | 112  | 56                         | 56                                |   |
| Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы |  | Практические задания, эссе | Тест, практические задания, эссе, |   |
| Курсовая работа  | -  | -                          | -                                 |   |

|  |     |       |              |   |
|--|-----|-------|--------------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет |     | Форма |              |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |     |       |              |   |
| Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)   | 36  | Зачет | Экзамен (36) |   |
| Всего часов по дисциплине  | 180 | 72    | 108          |   |

\* **144+36 (контроль)= 180 часа**

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

**Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:**

| 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  | 2     | 3                    | 4                              | 5                               | 6                             | 7                      |   |
| <b>Раздел 1. Теоретические основы исследования потребительского поведения</b>                            |       |                      |                                |                                 |                               |                        |   |
| Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения   | 14    | 1                    | 2                              |                                 |                               | 8                      | Опрос, выполнение практического задания |
| Тема 2. Основные экономической теории потребления  | 16    | 2                    | 2                              |                                 |                               | 10                     | Опрос, эссе                             |
| <b>Тема 3. Особенности изучения потребления в социологии и психологии: основные понятия и концепции.</b> |       |                      |                                |                                 |                               |                        |   |
| Тема 3.1. Человек в мире вещей.  | 15    | 1                    | 2                              |                                 |                               | 8                      | Опрос                                   |
| Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления   | 12    |                      | 2                              |                                 | 2                             | 10                     | Опрос выполнение практического задания  |
| Тема 3.3. Потребление в теориях социальной стратификации   | 12    |                      | 2                              |                                 |                               | 10                     | Опрос эссе                              |
| Тема 3.4. Теории новых типов обществ. Глобализация потребления   | 12    |                      |                                |                                 |                               | 10                     |   |
| Тема 3.5. Потребление в социологии постмодерна   | 12    |                      | 2                              |                                 |                               | 10                     | Опрос Эссе                              |
| <b>Раздел 2. Анализ поведения потребителей в маркетинге</b>  |       |                      |                                |                                 |                               |                        |   |

| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет      |      |   |    | Форма |   |  |
|---|------|---|----|-------|---|---|
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                          |      |   |    |       |   |   |
| Тема 4. Процесс принятия решения потребителем   | 14   | 1 | 2  |       |   | 8<br>Опрос, выполнение практического задания  |
| Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей             | 13   | 1 | 2  |       |   | 8<br>выполнение практического задания   |
| Тема 6. Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение | 13   | 1 | 2  |       |   | 10<br>выполнение практического задания  |
| Тема 7. Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей   | 15   | 1 | 2  |       |   | 8<br>выполнение практического задания   |
| <b>Раздел 3. Сферы реализации потребительского поведения</b>                                |      |   |    |       |   |   |
| Тема 8. Институты потребления   | 12   |   | 2  |       | 2 | 10<br>Опрос, выполнение практического задания эссе                                  |
| Тема 9. Потребление в различных сферах.   | 12   |   | 2  |       | 2 | 10<br>выполнение практического задания тест   |
| Итого   | 144* | 8 | 24 |       | 6 | 112   |

\* 144+36 (контроль)= 180 часов

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

##### Раздел 1. Теоретические основы исследования потребительского поведения

##### Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения

Понятие и содержание потребительского поведения. Развитие наук о поведении потребителей. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Потребление как предмет маркетингового анализа. Поведение потребителей как предмет психологических и социологических исследований. Потребительское поведение как деятельность. Характеристики процесса потребления.

##### Тема 2. Основы экономической теории потребления

Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях. Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Кривые Энгеля. Понятие функции потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора. Обзор моделей

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора. Ограниченность модели потребления в экономической теории.

Новые экономические модели потребления. Теория вкусов Г. Беккера. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенштейн). Технологии потребления (К. Ланкастер). Потребление в условиях риска и страхование. Потребление общественных и бесплатных благ. Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).

### **Тема 3. Особенности изучения потребления в социологии и психологии: основные понятия и концепции.**

#### **Тема 3.1. Человек в мире вещей.**

Система вещей (Ж. Бодрийяр). Знаковая стоимость и символический обмен. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства.

Культурная биография вещей (И. Копытофф).

Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.

Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри). Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра.

Основные концепции формирования ценности вещей. Трудовая теория стоимости К. Маркса. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.

#### **Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления**

Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни. Подходы к определению понятия «стиль жизни». Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал. Типологии стилей жизни.

#### **Тема 3.3. Потребление в теориях социальной стратификации**

Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур). Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен). «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).

#### **Тема 3.4. Теории новых типов обществ. Глобализация потребления**

Неомарксизм и Франкфуртская школа о массовом потреблении. Общество массового потребления (А. Турен). Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр). Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер). Концепция общества потребления.

Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г. Ритцер). Основные характеристики макдональдизации. Недостатки и будущее макдональдизации. Развитие кредита. Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор). Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.

#### **Тема 3.5. Потребление в социологии постмодерна**

Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман). Понятия постмодерна и постмодернизма. Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун). Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни. Трансформации желаний и потребностей.

## **Раздел 2. Анализ поведения потребителей в маркетинге**

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

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

Традиционная модель принятия решения потребителем: Осознание потребности. Поиск информации. Предпокупочная оценка альтернатив. Покупка. Потребление. Послепокупочная оценка продукта. Повторная покупка. Освобождение. Лояльность потребителя. Основные модели принятия решения потребителем. Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения. Компенсационные и некомпенсационные модели решений. модели решений. Импульсивное потребление. Модели принятия решений в условиях цифровой экономики. Роли в процессе принятия решения. Теория подталкивания.

#### **Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей**

Особенности потребительского поведения различных демографических групп. Социальная стратификация общества. Особенности потребительского поведения различных социальных групп.

Особенности влияния референтной группы на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное). Референтные группы. Лидеры мнений, групповые нормы, конформизм. Семья как единица потребления. Факторы, влияющие на покупки семьи / домашнего хозяйства. Роли членов семьи в принятии решения о покупке. Потребительская социализация. Изучение влияния семьи на поведение потребителей. Дискуссия: Использование механизма влияния референтной группы в маркетинге и рекламе.

#### **Тема 6. Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение**

Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Типы потребностей и их удовлетворение. Понятие вовлеченности потребителей. Методы исследования мотивации, измерения личных ценностей. Теории личности, их применение

#### **Тема 7. Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей**

Современные методы исследования потребителей. Возможности использования социологических, нейрофизиологических, психологических методов для понимания поведения потребителя. Количественные и качественные исследования поведения потребителей, методы их проведения (опросы, наблюдения, глубинные интервью, фокус – группы и т.д.). Поведенческие эксперименты в исследовании потребителя. Определение мотиваций, ценностей и потребностей потребителя. Определение особенностей модели принятия решения потребителем для планирования взаимодействия.. Применение результатов исследований поведения потребителей при разработке маркетинговых стратегий, рекламных кампаний.

### **Раздел 3. Сферы реализации потребительского поведения**

#### **Тема 8. Институты потребления.**

Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, реклама, торговые марки (Д. Бурстин). Мода как институт потребления. Потребители как общность. Движение потребителей. Шоппинг как способ потребительского поведения. Новая организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли Интернет-шоппинг

Потребительская культура История потребительской культуры (Д. Слейтер).

#### **Тема 9. Потребление в различных сферах.**

Особенности потребления в сфере питания, напитков. «Цивилизация аппетита» (С.

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

Меннел). Причины ограничения и отказа от потребления пищи. Потребление одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус. Потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал. История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл). Туристическое созерцание.

## 5. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Раздел 1. «Исходные понятия маркетинга»

**Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения** (форма проведения – семинар)

Вопросы:

- Понятие и содержание потребительского поведения.
- В чем отличие исследовательских подходов в рамках маркетингового анализа, социологии, психологии и прочих научных дисциплин.
- Потребительское поведение как деятельность.
- Характеристики процесса потребления.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие и содержание потребительского поведения.
- Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований.
- Потребление как предмет маркетингового анализа.

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

- Поведение потребителей как предмет психологических и социологических исследований.
- Потребительское поведение как деятельность.
- Характеристики процесса потребления.

Домашнее задание: Принципы классификации процесса потребления (по протяженности во времени, по числу пользователей, по стоимости потребляемого блага, по субъекту потребления) Дать характеристику основным типам рынка, потребления, заполнив таблицу. Задание сдается в письменном виде.

**Тема 2. Основные экономической теории потребления** (форма проведения – семинар, практическое занятие, дискуссия).

Вопросы:

- Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях.
- Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения.
- Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора.
- Модели функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора.
- Теория вкусов Г. Беккера.
- Модели влияния окружения на потребителя: эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн).
- Технологии потребления (К. Ланкастер).
- Потребление в условиях риска и страхование.
- Потребление общественных и бесплатных благ.
- Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнаи).

Дискуссия: Потребление в условиях риска.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения.
- Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора.
- Модели функции потребления.
- Теория вкусов Г. Беккера.
- Модели влияния окружения на потребителя: (Х. Лейбенстайн).
- Технологии потребления (К. Ланкастер).
- Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнаи).

Домашнее задание: написание эссе: «Ограниченность модели потребления в экономической теории».

**Тема 3. Особенности изучения потребления в социологии и психологии: основные понятия и концепции.**

**Тема 3.1. Человек в мире вещей** (форма проведения – семинар)

Вопросы:

- Система вещей (Ж. Бодрийяр). Знаковая стоимость и символический обмен. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра.
- Культурная биография вещей (И. Копытофф).

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

- Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.
- Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри).
- Основные концепции формирования ценности вещей. Трудовая теория стоимости К. Маркса. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Система вещей (Ж. Бодрийяр). Знаковая стоимость и символический обмен. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра.
- Культурная биография вещей (И. Копытофф).
- Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.
- Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри).
- Основные концепции формирования ценности вещей. Трудовая теория стоимости К. Маркса. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.

**Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления** (форма проведения семинар, презентации)

Вопросы:

- Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни.
- Подходы к определению понятия «стиль жизни».
- Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал.

Доклады/презентации: Типологии стилей жизни.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни.
- Подходы к определению понятия «стиль жизни».
- Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал.

Домашнее задание: подготовка доклада/презентации «Стиль жизни как фактор потребления» (по выбору)

**Тема 3.3. Потребление в теориях социальной стратификации** (форма проведения семинар, дискуссия)

Вопросы:

- Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур).
- Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).
- «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).

Дискуссия: Социальная стратификация современного общества. Социальные классы, социальной роли, статусы.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур).
- Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

- «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).  
Домашнее задание: подготовка эссе: «Уровень потребления и имущественные характеристики среднего класса».

### **Тема 3.4. Теории новых типов обществ. Глобализация потребления**

#### Вопросы для самостоятельного изучения:

Неомарксизм и Франкфуртская школа о массовом потреблении.

- Общество массового потребления (А. Турен).
- Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
- Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер).
- Концепция общества потребления.
- Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер).
- Основные характеристики макдональдизации. Недостатки и будущее макдональдизации. Развитие кредита.
- Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор).
- Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.

Домашнее задание: Письменная работа: «В каких характеристиках общества потребления сходятся различные исследователи»

**Тема 3.5. Потребление в социологии постмодерна** (форма проведения семинар, дискуссия)

#### Вопросы:

- Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман).
- Понятия постмодерна и постмодернизма.
- Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун).
- Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни.
- Трансформации желаний и потребностей.

Дискуссия: Современные тенденции общества потребления

#### Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман).
- Понятия постмодерна и постмодернизма.
- Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун).
- Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни.

Домашнее задание: подготовка эссе: «Трансформации желаний и потребностей в контексте постмодерна».

### **Раздел 2. Анализ поведения потребителей в маркетинге**

**Тема 4. Процесс принятия решения потребителем** (форма проведения – семинар, практическое занятие)

#### Вопросы:

- Традиционная модель принятия решения потребителем

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

- Основные модели принятия решения потребителем.
- Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения.
- Компенсационные и некомпенсационные модели решений.
- Импульсивное потребление.
- Модели принятия решений в условиях цифровой экономики.
- Роли в процессе принятия решения.
- Теория подталкивания.

Задание: Проанализируйте лиц, которые участвуют в принятии решения о покупке разных категорий товаров (задаются преподавателем). Какой тип покупательского поведения характерен для каждого из предложенных товаров? Предложите вариант идеи рекламы продукции и на кого она должна быть направлена.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Традиционная модель принятия решения потребителем
- Основные модели принятия решения потребителем.
- Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения.
- Компенсационные и некомпенсационные модели решений.
- Импульсивное потребление.
- Модели принятия решений в условиях цифровой экономики.
- Роли в процессе принятия решения.
- Теория подталкивания.

Домашнее задание: Письменная работа: Описать процесс принятия решения о покупке для категории товаров (по выбору)

**Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей**

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Особенности потребительского поведения различных социально-демографических групп.
- Референтные группы. Лидеры мнений, групповые нормы, конформизм.
- Особенности влияния референтной группы на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное).
- Семья как единица потребления. Факторы, влияющие на покупки семьи / домашнего хозяйства. Роли членов семьи в принятии решения о покупке.
- Потребительская социализация.

Домашнее задание: подготовка письменного доклада: «Различные аспекты гендерных/возрастных особенностей в потреблении» (выбору их тем, предложенных преподавателем).

**Тема 6. Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение**

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности.
- Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов.
- Типы потребностей и их удовлетворение.
- Понятие вовлеченности потребителей.
- Методы исследования мотивации, измерения личных ценностей.
- Теории личности, их применение в исследовании потребителей

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

Домашнее задание: Сегментирование рынка (на конкретном примере)

### **Тема 7. Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей**

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Современные методы исследования потребителей в социологии, психологии, маркетинге: общая характеристика.
- Количественные и качественные исследования поведения потребителей, методы их проведения.
- Поведенческие эксперименты в исследовании потребителя.
- Исследования мотиваций, ценностей и потребностей.
- Определение особенностей модели принятия решения потребителем для планирования взаимодействия.
- Применение результатов исследований поведения потребителей при разработке маркетинговых стратегий, рекламных кампаний.

Домашнее задание: подготовка письменной работы: «Мой потребительский стиль: по результатам автоэтнографии»

### **Раздел 3. Сферы реализации потребительского поведения**

#### **Тема 8. Институты потребления (форма проведения – семинар, конференция)**

Вопросы:

- Сообщества потребителей.
- Потребители как общность Движение потребителей.
- Мода как институт потребления.
- Шопинг как способ потребительского поведения. Новая организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли Интернет-шопинг
- Потребительская культура История потребительской культуры (Д. Слейтер).

Доклады: История развития потребительской культуры

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Сообщества потребителей.
- Потребители как общность Движение потребителей.
- Мода как институт потребления.
- Шопинг как способ потребительского поведения. Новая организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли Интернет-шопинг
- Потребительская культура История потребительской культуры (Д. Слейтер).

Домашнее задание: написание эссе: «Каким образом культурное потребление может способствовать уничтожению социальных различий?».

Домашнее задание: подготовка докладов: История развития потребительской культуры

#### **Тема 9. Потребление в различных сферах (форма проведения – семинар-конференция)**

Вопросы:

- Особенности потребления в сфере питания, напитков. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения и отказа от потребления пищи.

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

- Потребление одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус.
- Потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал.
- История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл). Туристическое созерцание.

Доклады/презентации: Исследование потребительского поведения (по выбору)

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Особенности потребления в сфере питания, напитков. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения и отказа от потребления пищи.
- Потребление одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус.
- Потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал.
- История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл). Туристическое созерцание.

Домашнее задание: подготовка доклада: Исследование потребительского поведения (по выбору)

## 6. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Данный вид работы не предусмотрен по УП

## 7. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен по УП

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

| №   | Формулировка вопроса   |
|-----|--|
| 1.  | Характеристики процесса потребления. Различие моделей поведения потребителя в экономике, социологии, психологии                            |
| 2.  | Основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения: оптимум Понятие функции потребления.                              |
| 3.  | Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора  |
| 4.  | Обзор моделей функции потребления:   |
| 5.  | Теория вкусов Г. Беккера.  |
| 6.  | Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн).                        |
| 7.  | Технологии потребления (К. Ланкастер).   |
| 8.  | Потребление в условиях риска и страхование.  |
| 9.  | Потребление общественных и бесплатных благ.  |
| 10. | Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).  |
| 11. | Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения (Т. Скитовски, А. Этциони, Э. Фромм, Б.Ф. Скиннер, Дж. Катона). |
| 12. | Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель)  |
| 13. | «Потребительские революции» XVI–XIX в. (Г. Мак-Кракен).  |
| 14. | Цивилизационный процесс (Н. Элиас).  |

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

|     |  |
|-----|--|
| 15. | Культурная биография вещей (И. Копытофф).  |
| 16. | Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Три типа режима отношения к вещам и их характеристика.                        |
| 17. | Функциональные, нефункциональные, мета- и дисфункциональные вещи и их свойства. Сходство и различия.                       |
| 18. | Различия современного и традиционного интерьера (Ж. Бодрийяр).   |
| 19. | Потребление знаков. Потребление как процесс манипулирования знаками.   |
| 20. | Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра. Симулякр.  |
| 21. | Трудовая теория стоимости К. Маркса.   |
| 22. | Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.  |
| 23. | Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра. 3   |
| 24. | Подходы к определению понятия «стиль жизни»  |
| 25. | Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё – основные идеи и понятия.   |
| 26. | Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях. (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур).  |
| 27. | Типологии стилей жизни.  |
| 28. | Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).   |
| 29. | «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).   |
| 30. | Неомарксизм и Франкфуртская школа о массовом потреблении. Общество массового потребления (А. Турен).                       |
| 31. | Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).                                       |
| 32. | Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Гоффлер).                                      |
| 33. | Понятие общества потребления и его основные черты.   |
| 34. | «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер). Преимущества и недостатки.  |
| 35. | Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор).                                     |
| 36. | Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет (Г. Ритцер).   |
| 37. | Потребление в социологии постмодерна. Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман)  |
| 38. | Новые концепции потребления в эпоху постмодерна, эстетизация повседневного потребления (М. Физерстоун).                    |
| 39. | «Мозаичность» стилей жизни в эпоху постмодерна.  |
| 40. | История потребительской культуры (Д. Слейтер).   |
| 41. | Традиционная модель принятия решения потребителем:   |
| 42. | Основные модели принятия решения потребителем.   |
| 43. | Модели принятия решений в условиях цифровой экономики.   |
| 44. | Особенности потребительского поведения различных демографических групп.  |
| 45. | Социальная стратификация общества. Особенности потребительского поведения различных социальных групп.                      |
| 46. | Особенности влияния референтной группы на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное). |
| 47. | Потребительская социализация. Изучение влияния семьи на поведение потребителей.  |
| 48. | Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности.          |
| 49. | Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских  |

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

|     |   |
|-----|---|
|     | МОТИВОВ.  |
| 50. | Современные методы исследования потребителей. Возможности использования социологических, нейрофизиологических, психологических методов для понимания поведения потребителя. |
| 51. | Количественные и качественные исследования поведения потребителей, методы их проведения (опросы, наблюдения, глубинные интервью, фокус – группы и т.д.).                    |
| 52. | Поведенческие эксперименты в исследовании потребителя.  |
| 53. | Определение мотиваций, ценностей и потребностей потребителя.  |
| 54. | Определение особенностей модели принятия решения потребителем для планирования взаимодействия..   |
| 55. | Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шоппинг, реклама, торговые марки (Д. Бурстин). Движения потребителей.   |
| 56. | Мода как институт потребления. Особенности моды по Г. Зиммелю Этапы распространения моды (Ф. Дэвис. Теория просачивания моды (Г. Зиммель).                                  |
| 57. | Новая и традиционная организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли   |
| 58. | Особенности потребления в сфере питания и одежды, искусстве, туризме  |

## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

### Общие положения

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, материалами лекций, статистическими материалами, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов, написание реферата;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к контрольным работам, экзамену и пр.

| Название разделов и тем                                | Вид самостоятельной работы<br>( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> ) | Объем в часах | Форма контроля<br>( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> ) |
|--|---|---------------|---|
| Тема 1. Введение в изучение потребительского поведения | Подготовка к семинарскому занятию<br>Выполнение практических заданий  | 8             | Устный опрос<br>Проверка выполнения заданий,                        |
| Тема 2. Основные экономической теории потребления      | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Написание эссе  | 10            | Устный опрос<br>эссе  |
| Тема 3.1. Человек в мире вещей.                        | Подготовка к семинарскому занятию,  | 8             | Устный опрос  |
| Тема 3.2. Концепция стиля жизни в теории потребления   | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Выполнение практических заданий,  | 10            | Устный опрос<br>выполнение практического задания                    |

|  |   |    |   |
|--|---|----|---|
| Тема 3.3.<br>Потребление в теориях социальной стратификации                                    | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Написание эссе  | 10 | Устный опрос<br>эссе  |
| Тема 3.4. Теории новых типов обществ.<br>Глобализация потребления                              | Подготовка к семинарскому занятию   | 10 |   |
| Тема 3.5.<br>Потребление в социологии постмодерна  | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Написание эссе  | 10 | Устный опрос<br>Эссе  |
| Тема 4. Процесс принятия решения потребителем  | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Выполнение практических заданий,                      | 8  | Устный опрос<br>выполнение<br>практического задания         |
| Тема 5. Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей                | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Выполнение практических заданий                       | 8  | Устный опрос<br>выполнение<br>практического задания         |
| Тема 6.<br>Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Выполнение практических заданий                       | 10 | Устный опрос<br>выполнение<br>практического задания         |
| Тема 7.<br>Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей   | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Выполнение практических заданий                       | 8  | Устный опрос<br>выполнение<br>практического задания         |
| Тема 8. Институты потребления  | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Выполнение практических заданий                       | 10 | Устный опрос<br>выполнение<br>практического задания         |
| Тема 9.<br>Потребление в различных сферах.   | Подготовка к семинарскому занятию,<br>Выполнение практических заданий<br>Подготовка к тесту | 10 | Устный опрос<br>выполнение<br>практического задания<br>тест |

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |   |

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Список рекомендуемой литературы

#### а) основная литература:

1. Наумов, В. Н. Поведение потребителей : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 345 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-16-015021-5. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1933143>
2. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. - 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1853536>

#### б) дополнительная литература:

1. Агаларова, Е. Г. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова. — Ставрополь : СтГАУ, 2020. — 153 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/245852>
2. Быкова, А. В. Поведение потребителей : учебное пособие / А. В. Быкова, Л. И. Овчинникова. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 69 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/167598>
3. Хан, Р. С. Поведение потребителей: маркетинговая практика: практикум : учебное пособие / Р. С. Хан, А. А. Федосенко. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 71 с. — ISBN 978-5-7890-1910-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/237947>
4. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/beode/514432>

#### в) учебно-методическая литература:

1. Гончарова Н. В. Поведение потребителей : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 383 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8157>

Согласовано:

Главный библиотекарь  
Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.  
ФИО

подпись

дата

|  |       |  |
|--|-------|--|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |  |

**б) Программное обеспечение**

СПС Консультант Плюс  
Система «Антиплагиат.ВУЗ»  
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»  
ОС Microsoft Windows  
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

**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. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. 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:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023  
Должность, подпись, Инициалы, Фамилия, дата

|  |       |  |
|--|-------|--|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО                     |       |  |

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

## 12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ СОГРАНИЧЕННЫМИ 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



Доцент Гончарова Н.В.

## 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 рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1                             | Магомедов А.К.  |  | 14.05.24 |
| 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 | Магомедов А.К.  |  | 14.05.24 |

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Наумов Владимир Николаевич. Поведение потребителей : Учебник / В.Н. Наумов ; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - 2 ; перераб. и доп. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 345 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ВО - Бакалавриат. - <https://znanium.com/catalog/document?id=424795>. - <https://znanium.com/cover/1933/1933143.jpg>. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-16-015021-5. - ISBN 978-5-16-107516-6. / .— ISBN 0\_478822
2. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова, М. В. Пономаренко ; Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова, М. В. Пономаренко. - Ставрополь : Секвойя, 2020. - 153 с. - Книга находится в премиум-версии IPR SMART. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <https://www.iprbookshop.ru/121758.html>. - Режим доступа: Цифровой образовательный ресурс IPR SMART; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0\_411499

### дополнительная

1. Ильин В. И. Социология потребления : учебник / В. И. Ильин. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 433 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/539081>. - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-08321-7 :1719.00. / .— ISBN 0\_523433
2. Хан Р. С. Поведение потребителей: маркетинговая практика: практикум / Р. С. Хан, А. А. Федосенко ; Хан Р. С., Федосенко А. А. - Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. - 71 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Донской ГТУ - Экономика и менеджмент. - <https://e.lanbook.com/book/237947>. - <https://e.lanbook.com/img/cover/book/237947.jpg>. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-7890-1910-8. / .— ISBN 0\_415884
3. Быкова А. В. Поведение потребителей : учебное пособие / А. В. Быкова, Л. И. Овчинникова ; Быкова А. В., Овчинникова Л. И. - Москва : РТУ МИРЭА, 2020. - 69 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции РТУ МИРЭА - Экономика и менеджмент. - <https://e.lanbook.com/book/167598>. - <https://e.lanbook.com/img/cover/book/167598.jpg>. - Режим доступа: ЭБС "Лань"; для авторизир. пользователей. / .— ISBN 0\_391124
4. Сидорова, С. А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ : монография / С. А. Сидорова, В. Я. Красниковский ; С. А. Сидорова, В. Я. Красниковский. - Москва : Прометей, 2019. - 130 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/94496.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-907100-33-6. / .— ISBN 0\_153951

### учебно-методическая

1. Гончарова Н. В. Поведение потребителей : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 383 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_41636.

Согласовано:

Главный редактор

Должность сотрудника Научной библиотеки

Мамаева Е.П.

ФИО

подпись

2024

дата

**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. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-ur.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

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

1.7. 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.

2024