



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ и ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»
Руководитель ОП


(подпись) Левадняя М.О.
(Ф.И.О. рук. ОП)
«26» июня 2019 г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор департамента
психологии и образования


(подпись) Калниболанчук И.С.
(Ф.И.О. директора)
«26» июня 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Психология рынка и потребительского поведения
Направление подготовки 37.04.01 Психология
магистерская программа «Психология менеджмента»
Форма подготовки очная

курс 2, семестр 3
лекции 0 (час.)
практические занятия 36 (час.)
лабораторные работы не предусмотрены
в том числе с использованием МАО лек. ___/пр.18___/лаб. ___ час.
Контроль самостоятельной работы – 0 час
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
в том числе с использованием МАО 18 час.
самостоятельная работа 54 час.
в том числе на подготовку к экзамену 54 час.
контрольные работы (количество):
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрена
зачет ___ семестр
экзамен 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями собственного образовательного стандарта ДВФУ, утвержденного приказом ректора от от 04.04.2016 № 12-13-592.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента психологии и образования, протокол № 12 от «26» июня 2019 г.

Директор департамента психологии и образования: к. пед. наук, Калниболанчук И.С.

Составитель: канд. психол. наук, доцент Герасимова И.В.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента психологии и образования:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор ДПиО _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента психологии и образования:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор ДПиО _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Психология рынка и потребительского поведения» разработана для направления подготовки 37.04.01 Психология, магистерская программа «Психология менеджмента». Дисциплина входит в вариативную часть Блока 1, дисциплины по выбору. Обучение рассчитано на 1 семестр. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Общая трудоёмкость курса составляет 4 зачётных единицы / 144 часа. Учебным планом предусмотрено 36 часов практических занятий, 54 часа самостоятельной работы студента. На подготовку к экзамену и процедуру проведения экзамена отведено 54 часа.

Дисциплина относится к группе дисциплин, ориентированных на оказание консультативных услуг, являясь логическим развитием и дополнением таких теоретических и практических курсов, как «Психология управления конфликтами», Психологические основы обеспечения профессионального здоровья», «Психотехнологии командообразования и тренинговой работы», «Психодиагностика и консультирование личности», а также практики по получению профессиональных умений и опыта практической деятельности) магистрантов-психологов.

Цель дисциплины – передача студентам знаний о психологии рынка и потребительского поведения, формирование навыков психологической работы с потребителем на основе знания психологии рынка.

Задачи реализации дисциплины «Психология рынка и потребительского поведения»:

– развитие внутренней готовности к работе с психологическими аспектами потребительского поведения на основе знания психологии рынка с учетом организационно-правовых и этических основ профессиональной деятельности психолога;

– обретение знания о психологических детерминантах потребительского поведения;

– развитие внутренней готовности к работе с психологическими аспектами потребительского поведения на основе знания психологии рынка;

– овладение психологическими знаниями и базовыми навыками по организации взаимодействия с разными категориями потребителей.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции (элементы компетенций):

Формулировка и код компетенции	Этапы формирования компетенции	
Способность к самостоятельному поиску, критическому анализу, систематизации и обобщению научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения (ОПК-3)	Знает	область применения психологического знания в работе с психологией рынка и потребительского поведения.
	Умеет	на основе имеющейся и самостоятельно полученной критически осмысленной информации ставить адекватные актуальной ситуации цели психологического вмешательства и выбирать оптимальные технологии для их достижения в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Владеет	навыками сбора информации, её критического анализа и систематизации, реализации технологий, соответствующих поставленной цели в области психологии рынка и потребительского поведения.
Способность анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии (ПК-1)	Знает	как анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Умеет	анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Владеет	навыками анализа психологических теорий в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.
Способность к решению управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности (ПК-14)	Знает	как решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Умеет	решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Владеет	навыками решения управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.

Для формирования выше обозначенных компетенций в рамках дисциплины «Психологическое консультирование организаций и бизнес-процессов» применяются следующие формы активного/интерактивного обучения:

- групповая дискуссия,
- неигровые творческие формы,
- доклад с обсуждением.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Не предусмотрено

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(36 часов с использованием методов активного обучения: групповая дискуссия, имитационные неигровые формы, доклад с обсуждением).

Раздел I. Психология рынка (12 ч.)

Занятие 1. Введение: предмет, цели и задачи дисциплины (6 ч.)

– Работа с содержанием терминов: рынок, психология рынка, потребитель, поведение потребителей, психология потребительского поведения.

– Обсуждение вопросов: потребители и рынок; поведение потребителей как междисциплинарная область исследований; глобализация потребления.

Занятие 2. Типология и структура рынков (6 ч.)

Обсуждение вопросов:

– Функциональный и нефункциональный спрос. Роль риска и неопределенности при анализе потребительского выбора. Типология рынков; эволюция рынков.

– Модели сегментации рынка (по продукту, по брендам, ситуационная сегментация). Методы исследования образа бренда. Цена и ценность бренда: психология восприятия. «Внешняя» и «внутренняя» ширина бренда. Проблемы «зонтичного» брендинга.

– Маркетинг. Подходы к организации взаимодействия с разными категориями потребителей. Сравнительный анализ различных коммуникационных стратегий.

Раздел II. Психология потребительского поведения (24 ч.)

Занятие 3. Культурные нормы потребительского поведения и роль стереотипов (6 ч.)

Обсуждение вопросов:

– Влияние демографии, культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей. Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Влияние семьи и домохозяйств. Влияние группы и влияние личности.

– Кросс-культурные сравнения поведения потребителей. Стереотипное поведение и его функции. Мифы и поведение на экономических и политических рынках.

Занятие 4. Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей. Демография (6 ч.)

Обсуждение вопросов:

– Общие психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: структура потребительских мотивов, знания, убеждения, чувства, установки и намерения потребителей.

– Эвристика и сложные процедуры выбора. Физиологические детерминанты выбора.

– Демография и прогнозы изменений в предпочтениях (демография и спрос на товары и услуги; роль гендерных различий; воздействие возрастных характеристик на поведение потребителей; рынок «снова молодых»).

Гендерные модели потребления.

Занятие 5. Детерминированность поведения. Детерминанты потребительского выбора (6 ч.)

Обсуждение вопросов:

– Общество потребления: философская и психологическая интерпретация. Роль потребителя в обществе потребления; виртуальные рынки и социокультурные поля; магазин как «спектакль»; «бунт» против общества потребления как элемент массовой культуры.

– Влияние пространственной структуры рынков на выбор потребителя. Механизмы обхода культурных табу. Производство и распространение мифов в массовой культуре.

Занятие 6. Модель принятия решения потребителем.

Модели потребительского поведения (6 ч.)

Обсуждение вопросов:

– Принятие решений: модели, типы, факторы, процесс. Основные стадии процесса принятия решения потребителем: осознание потребности (проблемы); поиск информации; оценка и выбор альтернатив; покупка; процессы, следующие за покупкой.

– Модели потребительского поведения: экономическая модель; модель потребительских ценностей; коммуникационная модель; on line модель; модель при продвижении нового продукта.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Психология рынка и потребительского поведения» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристику заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Психология рынка	ОПК-3 ПК-1 ПК-14	знает	УО-1 собеседование, УО-3 доклад, УО-4 круглый стол, дискуссия, ПР- 4 реферат.	Вопросы экзамена 1-4
			умеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые формы	Вопросы экзамена 1-4
			владеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые формы	Вопросы экзамена 1-4
2.	Раздел II. Психология потребительского поведения	ОПК-3 ПК-1 ПК-14	знает	УО-1 собеседование, УО-3 доклад, УО-4 круглый стол, дискуссия, ПР- 4 реферат.	Вопросы экзамена 5-20
			умеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые формы	Вопросы экзамена 5-20
			владеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые занятия	Вопросы экзамена 5-20

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: УО-1 собеседование, УО-3 доклад, УО-4 круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, ПР- 4 реферат, ПР-11 разноуровневые задачи и задания, имитационные неигровые формы.

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 325 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. – (Высшее образование: Магистратура). – www.dx.doi.org/10.12737/19925. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/543751>
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-543751&theme=FEFU>

2. Варзунов А.В. Анализ и управление бизнес-процессами [Электронный ресурс]: учебное пособие / Варзунов А.В., Торосян Е.К., Сажнева Л.П. – Электрон. текстовые данные. – СПб.: Университет ИТМО, 2016. – 114 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65772.html>. – ЭБС «IPRbooks»
http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?match_1=PHRASE&field_1=a&term_1=%D0%90.%D0%92.%D0%92%D0%B0%D1%80%D0%B7%D1%83%D0%BD%D0%BE%D0%B2,%D0%95.%D0%9A.%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%8F%D0%BD,%D0%9B.%D0%9F.%D0%A1%D0%B0%D0%B6%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%B0&theme=FEFU

3. Психология бизнеса : учебник для магистров / Н. Л. Иванова [и др.] ; под общ. ред. Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антонова. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 509 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/psihologiya-biznesa-425882>
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Urait:Urait-425882&theme=FEFU>

4. Поведение потребителей (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Васильев [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 238 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52533.html>. – ЭБС «IPRbooks»

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=IPRbooks:IPRbooks-52533&theme=FEFU>

5. Психология менеджмента: Учебное пособие / Столяренко А.М., Амаглобели Н.Д., – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 455 с.: – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882340>

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-882340&theme=FEFU>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Брит Н.В. Эффективный менеджмент: практикум / Н. В. Брит, Д. В. Галкин, Е. С. Глухова и др. ; ред. Т. Ю. Базаров. – Томск : Изд. дом Томского университета, 2015. – 174 с. – Режим доступа:

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:843829&theme=FEFU>

2. Васильев Г.А. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебное пособие / Васильев Г.А., Лебедева О.А., Васильев А.Г. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 239 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15435.html>. – ЭБС «IPRbooks»

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=IPRbooks:IPRbooks-15435&theme=FEFU>

3. Исследование потребительского поведения крупных сегментов рынка в России / Д. А. Шевченко // Практический маркетинг : Информация для Маркетинговых Решений : – 2013. – № 4. С. 4-14. Источник статьи (VRT)000164791– Режим доступа:

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:687030&theme=FEFU>

4. Кабаченко Т.С. Психология в управлении человеческими ресурсами : учебное пособие. – СПб : Питер, 2003. – 399 с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:5248&theme=FEFU>

5. Куинн Р. Позитивная организация. Освобождение от стереотипов, принуждения, консерватизма : пер. с англ. – Москва : Сбербанк, : [Олимп-Бизнес], 2016. – 200 с. – Режим доступа:

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:826254&theme=FEFU>

6. Маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Карпова. – Старый Оскол : ТНТ, 2016. – 447 с. – Режим доступа:

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:813850&theme=FEFU>

7. Моделирование социально-экономических процессов : учебное пособие : в 2 ч. ч. 1 / А. П. Захарова, Е. Г. Юрченко ; Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2014. – 134 с. – Мультимедиа <http://srv-elib-01.dvfu.ru:8000/cgi-bin/edocget.cgi?ref=/65/zakharova1.pdf>

8. Особенности поведения потребителей интернет-торговли / С. Н. Андреев, Д. Евсеева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 3. С. 90-96. Источник статьи (VRT)000164641 – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:812791&theme=FEFU>

9. Поведение потребителей : учебное пособие / А. А. Напалкова, И. М. Романова, Е. В. Носкова [и др.] ; Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента. – Владивосток : Изд. ДВФУ, 2012. – 306 с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:698595&theme=FEFU>

10. Потребительская культура и логика потребления / И. В. Groшев, А. А. Краснослободцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 3 С. 39-45. Источник статьи (VRT)000164641 – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:785070&theme=FEFU>

11. Разработка маркетинговых инструментов в социальных медиа на основе изучения особенностей потребительского поведения / Л. А. Воронина, В. О. Покуль // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 6 С. 38-45. Источник статьи (VRT)000164641 – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:758010&theme=FEFU>

12. Столяренко А.М. Психология менеджмента : учебное пособие для вузов / А. М. Столяренко, Н. Д. Амаглобели. – М. : Юнити-Дана, 2013. - 455 с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:725895&theme=FEFU>

13. Токмакова Н.О. Менеджмент-консалтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Токмакова Н.О., Андриянова М.В. – Электрон. текстовые данные. – М.: Евразийский открытый институт, 2009. – 271 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10780.html>. – ЭБС «IPRbooks» http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?match_1=PHRASE&field_1=a&term_1=%D0%9D.%D0%9E.%D0%A2%D0%BE%D0%BA%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0,%D0%9C.%D0%92.%D0%90%D0%BD%D0

%B4%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0&theme=FEFU

14. Технологии работы с трудными клиентами / С. Н. Бердышев. – Москва: Дашков и К°, 2014. – 145 с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:786152&theme=FEFU>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://elibrary.rsl.ru/> научная электронная библиотека

<http://e.lanbook.com> ЭБС Издательства «Лань»

<http://znanium.com> ЭБС znanium.com

<http://bookap.info/> Психологическая библиотека

<http://www.gumer.info> Электронная Библиотека Гумер

<http://www.piter.com> издательский дом «Питер»

<http://psyjournals.ru> портал психологических изданий

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Средства вычислительной техники для выполнения функций сбора, хранения, обработки, передачи и использования данных, а также программное обеспечение при освоении дисциплины «Психология рынка и потребительского поведения» не используются.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное усвоение курса предполагает активное, творческое участие магистранта на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Общие рекомендации: изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Изучение и конспектирование научной литературы

Наиболее распространенным видом самостоятельной работы является конспектирование научной литературы. Конспект – это наиболее совершенная форма записей. В конспекте, составленном по правилам, сосредоточено самое главное, основное в изучаемой теме, разделе или произведении. В нем

сосредоточено внимание на самом существенном, в кратких обобщенных формулировках приведены важнейшие теоретические положения. Конспектирование способствует глубокому пониманию и прочному усвоению изучаемого материала; помогает выработке умений и навыков правильного, грамотного изложения в письменной форме теоретических и практических вопросов; формирует умения ясно излагать чужие мысли своими словами.

Конспект может быть текстуальным и тематическим. В текстуальном конспекте сохраняется логика и структура изучаемого текста. Запись делается в соответствии с расположением материала в тексте или книге. В тематическом конспекте это делается иначе: за его основу берется не план произведения, а содержание темы, проблемы.

Круглый стол (дебаты)

Круглый стол — это метод активного обучения, одна из организационных форм познавательной деятельности учащихся, позволяющая закрепить полученные ранее знания, восполнить недостающую информацию, сформировать умения решать проблемы, укрепить позиции, научить культуре ведения дискуссии. Характерной чертой «круглого стола» является сочетание тематической дискуссии с групповой консультацией.

Основной целью проведения «круглого стола» является выработка у учащихся профессиональных умений излагать мысли, аргументировать свои соображения, обосновывать предлагаемые решения и отстаивать свои убеждения. При этом происходит закрепление информации и самостоятельной работы с дополнительным материалом, а также выявление проблем и вопросов для обсуждения.

Важной задачей при организации «круглого стола» является:

- обсуждение в ходе дискуссии одной-двух проблемных, острых ситуаций по данной теме;
- иллюстрация мнений, положений с использованием различных наглядных материалов (схемы, диаграммы, графики, аудио-, видеозаписи, фото-, кинодокументы);
- тщательная подготовка основных выступающих (не ограничиваться докладами, обзорами, а высказывать свое мнение, доказательства, аргументы).

При проведении «круглого стола» необходимо учитывать некоторые особенности:

а) нужно, чтобы он был действительно круглым, т.е. процесс коммуникации, общения, происходил «глаза в глаза». Принцип «круглого стола» (не случайно он принят на переговорах), т.е. расположение участников лицом друг к другу, а не в затылок, как на обычном занятии, в целом приводит

к возрастанию активности, увеличению числа высказываний, возможности личного включения каждого учащегося в обсуждение, повышает мотивацию учащихся, включает невербальные средства общения, такие как мимика, жесты, эмоциональные проявления.

б) преподаватель также располагался в общем кругу, как равноправный член группы, что создает менее формальную обстановку по сравнению с общепринятой, где он сидит отдельно от магистрантов они обращены к нему лицом. В классическом варианте участники адресуют свои высказывания преимущественно ему, а не друг другу. А если преподаватель сидит среди магистрантов, обращения членов группы друг к другу становятся более частыми и менее скованными, это также способствует формированию благоприятной обстановки для дискуссии и развития взаимопонимания между преподавателем и магистрантами.

«Круглый стол» планируется организовать следующим образом:

1) Преподавателем формулируются (рекомендуется привлекать и самих магистрантов) вопросы, обсуждение которых позволит всесторонне рассмотреть проблему;

2) Вопросы распределяются по подгруппам и раздаются участникам для целенаправленной подготовки;

3) Для освещения специфических вопросов могут быть приглашены специалисты (юрист, социолог, психолог, экономист);

4) В ходе занятия вопросы раскрываются в определенной последовательности.

Выступления специально подготовленных магистрантов обсуждаются и дополняются. Задаются вопросы, магистранты высказывают свои мнения, спорят, обосновывают свою точку зрения.

Основную часть «круглого стола» по любой тематике составляют дискуссия и дебаты.

Виды аттестации

Оценка качества освоения ООП обучающимися включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую (государственную итоговую) аттестацию. Текущая аттестация – оценка учебных достижений обучающегося по различным видам учебной деятельности в процессе изучения дисциплины. Промежуточная аттестация – оценивание учебных достижений обучающегося по дисциплине или содержательному модулю. Проводится в конце календарного модуля или в конце изучения данной дисциплины в форме экзамена или зачета. Итоговая

аттестация – комплексная проверка учебных достижений обучающегося за весь период обучения; проводится в форме комплексного экзамена и защиты ВКР (дипломной работы, дипломного проекта, итогового экзамена).

Формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации регулируются нормативными документами вуза.

Порядок работы при освоении дисциплины

1. Изучите материалы рабочей программы, где обозначены формы самостоятельной работы.

2. В содержании учебной программы, выделите количество часов, предусмотренных на самостоятельную работу, а также перечень тем для докладов.

3. Обратите внимание на вопросы для экзамена, попытайтесь ответить и проверить себя.

В работе с учебной и научной литературой:

– В ходе самостоятельного изучения определенной темы, обратитесь к списку литературы, который обозначен в учебной программе.

– Работая с учебной литературой возможно фиксировать информацию, чтобы выяснить проблемные вопросы самостоятельно или в индивидуальной консультации с преподавателем.

– В ходе работы с научной литературой происходит перевод содержания в соответствие с индивидуальным стилем мышления, способами познания, опытом студента.

4. Возможны варианты использования учебников, монографий, научных статей, которые не указаны в рабочей программе. Это позволяет более полно раскрыть содержание изучаемой темы.

При подготовке к докладам, экзамену:

– Обратитесь к перечню вопросов, выносимых на контроль.

– Сопоставьте имеющийся материал по темам с вопросами.

– При подготовке к различным видам аттестации студенту необходимо: повторить содержание, категориальный аппарат, смысл закономерностей, раскрывающихся в темах, а также персоналии, их теории и концепции; проверить умение раскрывать содержание понятий учебной дисциплины, для этого используйте словарь или глоссарий; используйте записи, которые были сделаны в ходе изучения литературы по заданным темам.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: мультимедийная аудитория вместимостью до 30 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI.

Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест освоения дисциплины согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и занятия проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине «Психология рынка и потребительского поведения»
Направление подготовки 37.04.01 Психология
магистерская программа «Психология менеджмента»
Форма подготовки очная**

**Владивосток
2018**

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	На протяжении всего периода обучения	Подготовка к занятиям, работа над рекомендованной литературой. Составление глоссария по дисциплине.	9 недель	Опрос, собеседование
2.	3-5 неделя	Подготовка доклада по теме. Подготовка презентации.	4 недели	Заслушивание, доклада собеседование
3.	На протяжении всего периода обучения	Подготовка к экзамену.	8 недель	Опрос, собеседование
4.		Экзамен	1 неделя	Опрос, собеседование

Характеристика заданий

Устные доклады и сообщения

В докладах оценивается: проблемная ориентированность темы и содержания доклада, постановка вопросов, степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников, собственные рассуждения на основании анализа.

Доклад выполняется и оценивается в ходе аудиторных занятий. Оценка производится по системе «зачтено» / «не зачтено».

Оценка «не зачтено» ставится если:

– содержание доклада не соответствует требованиям (большая часть пунктов не отражена, имеются существенные ошибки по содержанию, студент затрудняется ответить на дополнительные вопросы, использован только один литературный источник).

– качество изложения не соответствует требованиям (многочисленные стилистические ошибки, нет взаимодействия с аудиторией, доклад сложно воспринимается).

В остальных случаях ставится оценка «зачтено».

Контроль самостоятельной работы

Конспектирование обязательной литературы по теме. Подготовка доклада по выбранной теме и презентации к нему. Подготовка имитационных неигровых форм по дисциплине.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю

С помощью текущего контроля успеваемости (устного опроса, оценки подготовленного устного сообщения и доклада, активности участия в имитационных неигровых занятиях) определяется степень усвоения учебного материала (теоретического и практического характера) на определенном этапе изучения дисциплины. Это одно из основных средств управления и корректировки учебной деятельности студентов, которое организуется в целях обеспечения систематической работы студентов в течение семестра по своевременному и качественному выполнению ими всех заданий, предусмотренных графиком учебного процесса. Текущий контроль осуществляется посредством отметки факта активного участия в 80% практических занятий.

Промежуточный контроль по дисциплине «Психология рынка и потребительского поведения» осуществляется в форме экзамена. Итоговая оценка складывается из ответов на вопросы на экзамене, а также уровня общей активности и ее качества, что фиксируется во время осуществления текущего контроля.

Требования к оформлению и критерии оценки самостоятельной работы

Самостоятельная работа выполняется в отдельной тетради. Указываются все вопросы, которые необходимо законспектировать и литература. Доклад по дисциплине «Психология рынка и потребительского поведения» выполняется на отдельных листах. Общее время на доклад – порядка 10-15 минут. Доклад сопровождается презентацией.

В случае нескольких пропусков практических занятий их отработка может быть в форме реферата по пропущенной теме (5-7 печатных листов).

Критериями оценок результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются: уровень освоения студентом учебного материала; сформированность общеучебных умений; обоснованность и четкость изложения ответа; оформление материала в соответствии с требованиями; умение ориентироваться в потоке информации, выделять главное; умение

четко формулировать проблему, предложив её решение, критически оценить решение и его последствия; умение сформировать свою позицию, оценку и аргументировать её, в случае эссе – личностный характер информации.

100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

85-76 баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
«Психология рынка и потребительского поведения»
Направление подготовки 37.04.01 Психология
магистерская программа «Психология менеджмента»
Форма подготовки очная

Владивосток
2018

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине
«Психология рынка и потребительского поведения»
Шкала оценивания уровня сформированности компетенций**

Формулировка и код компетенции	Этапы формирования компетенции	
Способность к самостоятельному поиску, критическому анализу, систематизации и обобщению научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения (ОПК-3)	Знает	область применения психологического знания в работе с психологией рынка и потребительского поведения.
	Умеет	на основе имеющейся и самостоятельно полученной критически осмысленной информации ставить адекватные актуальной ситуации цели психологического вмешательства и выбирать оптимальные технологии для их достижения в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Владеет	навыками сбора информации, её критического анализа и систематизации, реализации технологий, соответствующих поставленной цели в области психологии рынка и потребительского поведения.
Способность анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии (ПК-1)	Знает	как анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Умеет	анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Владеет	навыками анализа психологических теорий в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.
Способность к решению управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности (ПК-14)	Знает	как решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Умеет	решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.
	Владеет	навыками решения управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ

		профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.
--	--	--

КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел I. Психология рынка	ОПК-3 ПК-1 ПК-14	знает	УО-1 собеседование, УО-3 доклад, УО-4 круглый стол, дискуссия, ПР- 4 реферат.	Вопросы экзамена 1-4
			умеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые формы	Вопросы экзамена 1-4
			владеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые формы	Вопросы экзамена 1-4
2.	Раздел II. Психология потребительского поведения	ОПК-3 ПК-1 ПК-14	знает	УО-1 собеседование, УО-3 доклад, УО-4 круглый стол, дискуссия, ПР- 4 реферат.	Вопросы экзамена 5-20
			умеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые формы	Вопросы экзамена 5-20
			владеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые занятия	Вопросы экзамена 5-20

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОПК-3 Способность к самостоятельному поиску, критическому анализу, систематизации и обобщению	Знает (пороговый уровень)	область применения психологического знания в области психологии рынка и потребительско	Знает, как искать, критически анализировать, систематизировать и обобщать научную информацию,	Знание области применения психологического знания в области психологии рынка и потребительско

<p>научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения</p>		го поведения.	к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения в области психологии рынка и потребительского поведения.	го поведения.
	Умеет (продвинутый)	на основе имеющейся и самостоятельно полученной критически осмысленной информации ставить адекватные актуальной ситуации цели психологического воздействия в области психологии рынка и потребительского поведения.	Умеет на основе имеющейся и самостоятельно полученной и критически осмысленной информации ставить адекватные актуальной ситуации цели психологического воздействия в области психологии рынка и потребительского поведения. Умеет выбирать оптимальные технологии для их достижения.	Навык осмысления имеющейся информации. Навык самостоятельного получения информации и ее критического осмысления. Сформированное умение ставить адекватные актуальной ситуации цели. Сформированное умение выбирать оптимальные технологии для достижения цели.
	Владеет (высокий)	навыками сбора информации, её критического анализа и систематизации, реализации технологий, соответствующих поставленной цели в области психологии рынка и потребительского поведения.	Владеет навыками сбора информации, её критического анализа и систематизации в области консультирования организаций и бизнес-процессов. Владеет навыками реализации технологий, соответствующих поставленной цели в области психологии рынка и потребительского поведения.	Сформированы навыки сбора информации, её критического анализа и систематизации. Сформированы навыки подбора технологий, соответствующих поставленной цели и их реализации

ПК-1 Способность анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии	Знает (пороговый уровень)	как анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.	Знает, как анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.	Знает, как анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии.
	Умеет (продвинутый)	анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.	Умеет анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.	Умеет анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии
	Владеет (высокий)	навыками анализа психологических теорий в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.	Владеет навыками анализа психологических теорий в контексте исторических предпосылок развития психологии в области психологии рынка и потребительского поведения.	Сформированы навыки анализа психологических теорий в контексте исторических предпосылок развития психологии.
ПК-14 Способность к решению управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-	Знает (пороговый уровень)	как решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ	Знает, как решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в	Знает, как решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-

правовых основ профессиональной деятельности		профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.	области психологии рынка и потребительского поведения.	правовых основ профессиональной деятельности.
	Умеет (продвинутый)	решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.	Умеет решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.	Умеет решать управленческие задачи в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности.
	Владеет (высокий)	навыками решения управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.	Владеет навыками решения управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности в области психологии рынка и потребительского поведения.	Сформированы навыки решения управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности.

Примерные темы докладов:

1. Управление потребительским спросом.
2. Программы управления поведением потребителей.
3. Исследования психологии потребительского восприятия.
4. Бренд и повышение лояльности потребителей.

5. Психологические критерии предпочтения товаров и услуг.
6. Сбытовая политика.
7. Маркетинг: общие принципы работы.
8. Нейромаркетинг. Физиология центральной нервной системы и принятие решений.
9. Профайлинг в нейромаркетинговых исследованиях.
10. Шопер маркетинг как элемент воздействия.

Критерии оценки презентации доклада:

Оценка	Ниже 60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна использовано 2-3 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 3 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 6 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации

Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений
--------------------------	------------------------	---------------------------------------	--	--

Промежуточный контроль

Вопросы к экзамену:

1. Типология рынков
2. Структура рынков.
3. Психология рынков.
4. Особенности поведение потребителей на рынках.
5. Факторы, обуславливающие потребительское поведение.
6. Модели потребительского поведения.
7. Психологическая составляющая процесса принятия решения о покупке.
8. Типы потребительского поведения.
9. Исследования восприятия товаров и услуг целевыми потребителями.
10. Процесс принятия решения о покупке: психологический аспект.
11. Сбытовая политика: психологический аспект.
12. Методы исследования потребительского поведения.
13. Психологические основы восприятия потребительских характеристик товаров и услуг.
14. Модели принятия потребительского решения.
15. Цена и ценность бренда: психология восприятия.
16. Детерминанты потребительского выбора.
17. Механизмы обхода культурных табу при осуществлении выбора.
18. Прогнозирование потребительского поведения.
19. Маркетинговые инструменты воздействия на поведение потребителей.
20. Структура потребительских мотивов.

Критерии выставления оценки за устный ответ студента на экзамене по дисциплине «Психология рынка и потребительского поведения»

Баллы (рейтинг овой оценки)	Оценка экзамена (стандартна я)	Требования к сформированным компетенциям
---	---	---

100-85	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
ниже 60	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.