





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет» (ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

«СОГЛАСОВАНО»
Руководитель ОП


(подпись) Левадняя М.О.
(Ф.И.О. рук. ОП)
«18» декабря 2019 г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор департамента
психологии и образования

Для документов
Калниболанчук И.С.
(подпись) (Ф.И.О. директора)
«18» декабря 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 4
лекции 00 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы 00 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 / пр. 18 / лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
в том числе с использованием МАО 18 час.
самостоятельная работа 36 час.
в том числе на подготовку к экзамену 36 час.
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет – не предусмотрен
экзамен – 4 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 18.02.2016 № 12-13-235

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента психологии и образования протокол № 4 от «18» декабря 2019 г.

Заведующий департаментом психологии и образования к. пед. н. Калниболанчук И.С.

Составитель: к. психол н., доцент Герасимова И.В.

Владивосток
2019

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

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

Заведующий департаментом _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

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

Заведующий департаментом _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

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

Заведующий департаментом _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины – передача студентам знаний о психологии рынка и потребительского поведения, формирование навыков психологической работы с потребительским поведением 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;

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

Результаты освоения (формирование компетенций):

Формулировка и код компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3: Способность к самостоятельному поиску, критическому анализу, систематизации и обобщению научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения (формируется частично)	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.
ПК-1: Способность анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии (формируется частично)	Знает	основные теории потребительского поведения, психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии.
	Умеет	опираться в анализе потребительского поведения на основные теории ситуативного поведения и психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии в учебной ситуации.
	Владеет	навыками применения знаний по анализу потребительского поведения с опорой на основные теории ситуативного поведения и психологии рынка в контексте исторических пред-

		посылок развития психологии в учебной ситуации.
ПК-14: Способность к решению управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности (формируется частично)	Знает	основные положения психологии рынка, психологические аспекты потребительского поведения; психологические детерминанты потребительского поведения; как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога.
	Умеет	применять в учебной ситуации основные положения психологии рынка, учитывать психологические аспекты потребительского поведения; психологические детерминанты потребительского поведения; применить знание о том, как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; соблюдать организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога
	Владеет	базовыми навыками применения в учебной ситуации основных положений психологии рынка, учета психологических аспектов потребительского поведения; психологических детерминант потребительского поведения; применения знания о том, как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; соблюдения организационно-правовых и этических основ профессиональной деятельности психолога

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(не предусмотрена)

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(36 ч, в т.ч. 12 ч. с использованием методов активного обучения: групповая дискуссия, круглый стол, включающий доклад с обсуждением)

Раздел I. Психология рынка

(12 ч., из них 4 ч. в активной/интерактивной форме)

Тема 1. Введение: предмет, цели и задачи дисциплины

(6 ч., в т.ч. 2 ч. круглый стол)

Содержание терминов: рынок, психология рынка, потребитель, поведение потребителей, психология потребительского поведения.

Потребители и рынок. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Глобализация потребления.

Тема 2. Типология и структура рынков (6 ч., в т. ч. 2 ч. круглый стол)

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.)

Тема 1. Культурные нормы потребительского поведения и роль стереотипов (6 ч., в т. ч. 2 ч. дискуссия)

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.

Тема 2. Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей. Демография (6 ч., в т. ч. 2 ч. дискуссия)

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.

Тема 3. Детерминированность поведения. Детерминанты потребительского выбора (6 ч., в т. ч. 2 ч. дискуссия)

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.

Тема 4. Модель принятия решения потребителем.

Модели потребительского поведения (6 ч., в т. ч. 2 ч. дискуссия)

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

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

Оценочное средство основано на методике имитационных неигровых занятий, относящейся к творческо-репродуктивному типу образовательных технологий.

1. Содержание задания.

В качестве проблемной ситуации используется описание реальной организационной ситуации или реального запроса из организации (от студентов или преподавателя), содержащая довольно подробное описание ситуации и запроса. В качестве отправной точки также могут использоваться материалы из периодики (статья, видеосюжет и т.д.). Задача обучающихся – проанализировать ситуацию, составить план (краткую программу) консультативного процесса (этапы, методы, инструменты).

Другой тип задач касается разработки блок схем основных бизнес-процессов для конкретной организации (на примере организации, в которой работают студенты).

Подготовка к текущему и промежуточному контролю

С помощью текущего контроля успеваемости (устного опроса, оценки подготовленного устного сообщения или доклада, активности участия в имитационных неигровых занятиях) определяется степень усвоения учебного ма-

териала (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 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.

Тематика заданий текущего контроля

Примерная тематика домашнего задания:

1. Сущность психологии потребительского поведения. Мотивы и факторы потребительского поведения
2. Потребление в контексте позитивистской и постмодернистской парадигм
3. Влияние внешней среды на поведение потребителей
4. Психологические основы формирования и регулирования потребительского поведения
4. Виды полезности в рамках теории потребительского поведения
5. Социально-половая сегментация рынка
6. Психологические особенности поведения потребителей
7. Эффект влияния психологических особенностей на потребительское поведение
8. Культура как фактор потребительского поведения

Требования к оформлению и критерии оценки самостоятельной работы

Самостоятельная работа выполняется в отдельной тетради или в качестве презентации. Указываются все вопросы, которые необходимо законспектировать и литература. Доклад по дисциплине 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 (5-6 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.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№	Контролируем	Коды и этапы	Оценочные средства
---	--------------	--------------	--------------------

п/п	ые разделы / темы дисциплины	формирования компетенций	текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел I. Психология рынка	ОПК-3 ПК-5 ПК-11 ПК-13	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 по- требительского поведения	ОПК-3 ПК-5 ПК-11 ПК-13	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.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Антонова Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — Москва : ИНФРА-М, 2017. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <https://znanium.com>]. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/19925. - ISBN 978-5-16-104247-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/792429>

2. Корнейчук Б. В. Экономика. Деловые игры : учеб. пособие / Б.В. Корнейчук. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. — 208 с. - ISBN 978-5-16-103058-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/995396>

3. Психология бизнеса : учебник для магистров / Н. Л. Иванова [и др.] ; под общей редакцией Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 509 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-2972-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425882>

4. Савкина Р. В. Планирование на предприятии / Савкина Р.В., - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 320 с.: ISBN 978-5-394-02343-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415257>

Дополнительная литература

1. Козлова В.А. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Козлова В.А.— Электрон. текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2014.— 126 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33438.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2.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»

3.Поведение потребителей : учебное пособие / А. А. Напалкова, И. М. Романова, Е. В. Носкова [и др.]. - Владивосток : Изд. дом Дальневосточного федерального университета, 2012.- 306 с. 20 экз.

4.Улыбина Ю.Н. Школа воспитания хорошего менеджера [Электронный ресурс]/ Улыбина Ю.Н.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 97 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/889.html>.— ЭБС «IPRbooks»

5.Шавель С.А. Потребление и стабильность общества [Электронный ресурс]: монография/ Шавель С.А., Шухатович В.Р., Коршунов Г.П.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Белорусская наука, 2010.— 314 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10104.html>.— ЭБС «IPRbooks»

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

При осуществлении образовательного процесса магистрантами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: MicrosoftOffice (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д), OpenOffice, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

1. ЭБС ДВФУ - <https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/> ,
2. Электронная библиотека диссертаций РГБ - <http://diss.rsl.ru/> ,
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY - <http://elibrary.ru/defaultx.asp> ,
4. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" - <http://e.lanbook.com/> ,
5. Электронная библиотека "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/> ,
6. Электронно-библиотечная система IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/> ,
7. Информационная система "ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/> ,
8. Доступ к Антиплагиату в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ - <https://bb.dvfu.ru/> ,
9. Доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ - <http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU> ,
10. Доступ к расписанию https://www.dvfu.ru/schools/school_of_arts_culture_and_sports/student/the-schedule-of-educational-process/ ;
11. Доступ к рассылке писем <http://mail.dvfu.ru/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенция и компетентностная модель

Обучение по дисциплине построено на основании компетентностной модели. Компетенция – это личностное свойство человека, потенциальная способность и готовность индивида справляться с различными задачами, формирующиеся в деятельности и интегрирующие ценностно-смысловое отношение к ней. Актуализация компетенции происходит в результате накопления опыта деятельности, который обучающийся приобретает, «находя и апробируя различные модели поведения в данной предметной области, выбирая из них те, которые в наибольшей степени соответствуют его стилю, притязаниям, эстетическому вкусу и нравственным ориентациям». Планируемые результаты освоения ООП – компетенции обучающихся, установленные ФГОС и компетенции обучающихся, установленные организацией дополнительно к компетенциям, установленным ФГОС с учетом направленности (профиля) ООП. Планируемые результаты обучения по конкретной дисциплине (модулю) и практике – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижения планируемых результатов освоения ООП.

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, промежуточной аттестации обучающихся 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.

5. При подготовке к докладам, экзамену:

– Обратитесь к перечню вопросов, выносимых на контроль.

– Сопоставьте имеющийся материал по темам с вопросами.

6. 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.

Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

С целью оптимального определения времени на успешное освоение дисциплины «Психологическое консультирование организаций и бизнес-процессов» необходимо прорабатывать информацию всех форм занятий. Внимательно изучить список литературы и определить порядок его проработки.

В качестве рекомендаций по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины, предложено следующее:

1) посещение аудиторных занятий обязательно, в случае пропуска занятия отрабатываются (например, в форме реферата или презентации по пропущенной теме);

2) каждый должен не менее одного раза выступить с докладом по выбранной теме. Доклад сопровождается презентацией.

3) подготовка к практическим занятиям должна осуществляться регулярно и систематически, т.к. подготовка к экзамену и формирование компетенций начинается с первого практического занятия;

4) устные ответы и выполнение всех видов работ фиксируется, оценивается и влияют на общую итоговую оценку по дисциплине.

Регулярное посещение всех форм занятий и активное участие в них не только способствует успешному овладению профессиональными знаниями, но и помогает наилучшим образом организовать время, т.к. все виды занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

Необходимо иметь доступ к основным, обновляемым источникам информации. В частности, рекомендуется использовать информацию, содержащуюся на специализированных профессиональных сайтах.

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.

Залогом успешного освоения курса является посещение аудиторных занятий, непосредственное участие в практических занятиях, самостоятельная работа. Основная задача, которая решается с помощью практических занятий – научиться планировать последовательность действий по конкретному запросу для конкретной ситуации в организации, апробировать, при возможности пропустить через себя или смоделировать, как применение разных методов и методик работы может реализовываться в определенной ситуации.

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.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10. Корпус 26, ауд. учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, занятий лекционного и семинарского типа F 611	Специализированная учебная мебель (посадочных мест – 47), Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA – 3 шт. Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	Microsoft Office - лицензия Standard Enrollment № 62820593. Дата окончания 2020-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC "Softline Trade" Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация осуществляется с использованием методов визуального наблюдения и опроса (посещаемость лекционных занятий), а также в форме контрольных мероприятий (устных ответов на практических занятиях, в том числе дискуссионного типа с использованием методов активного обучения, выступления с докладом, написания эссе). Текущая аттестация включает оценивание фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

(УО-1) – Собеседование – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой

дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

УО-3 – Доклад, сообщение - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы

(УО-4) Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

ПР-10 – Деловая и/или ролевая игра - совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По данной дисциплине учебным планом предусмотрен экзамен.

№ 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-5 ПК-11 ПК-13	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-5 ПК-11 ПК-13	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	Вопросы экзамена 5-20

			формы	
		владеет	УО-1 собеседование, ПР-11 неигровые занятия	Вопросы экзамена 5-20

Формулировка и код компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3: Способность к самостоятельному поиску, критическому анализу, систематизации и обобщению научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения (формируется частично)	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.
ПК-1: Способность анализировать психологические теории в контексте исторических предпосылок развития психологии (формируется частично)	Знает	основные теории потребительского поведения, психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии.
	Умеет	опираться в анализе потребительского поведения на основные теории ситуативного поведения и психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии в учебной ситуации.
	Владеет	навыками применения знаний по анализу потребительского поведения с опорой на основные теории ситуативного поведения и психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии в учебной ситуации.
ПК-14: Способность к решению управленческих задач в условиях реально действующих производственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности (формируется частично)	Знает	основные положения психологии рынка, психологические аспекты потребительского поведения; психологические детерминанты потребительского поведения; как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога.
	Умеет	применять в учебной ситуации основные положения психологии рынка, учитывать психологические аспекты потребительского поведе-

		ния; психологические детерминанты потребительского поведения; применить знание о том, как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; соблюдать организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога
	Владеет	базовыми навыками применения в учебной ситуации основных положений психологии рынка, учета психологических аспектов потребительского поведения; психологических детерминант потребительского поведения; применения знания о том, как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; соблюдения организационно-правовых и этических основ профессиональной деятельности психолога

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 научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения (формируется частично)	Знает (пороговый уровень)	область применения психологического знания в области психологии рынка и потребительского поведения.	Знает, как искать, критически анализировать, систематизировать и обобщать научную информацию, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения в области психологии рынка и потребительского поведения.	Знание области применения психологического знания в области психологии рынка и потребительского 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 опти-	Навык осмысления имеющейся информации. Навык самостоятельного получения информации и ее критического осмысления. Сформированное умение ставить адекватные актуальной ситуации цели. Сформированное умение выбирать опти-

			мальные технологии для их достижения.	мальные 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 (формируется частично)	Знает (пороговый уровень)	основные теории потребительского поведения, психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии.	- основные теории психологии организации, - основные теории психологии рынка	Знание основных теорий психологии рынка и потребительского поведения
	Умеет (продвинутый)	опираться в анализе потребительского поведения на основные теории ситуативного поведения и психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии в учебной ситуации.	- опираться в рассуждениях на основные потребительского поведения, - на основные теории психологии рынка	опираться в рассуждениях на основные психологические теории, в т. ч. роли ситуации в поведении, психологии рынка, психологии потребительского поведения
	Владеет (высокий)	навыками применения знаний по анализу потребительского поведения с опорой на основные теории ситуативного поведения и психологии рынка в контексте исторических предпосылок развития психологии в учебной ситуации.	навыками анализа потребительского поведения в учебной ситуации опираясь на основные психологические теории, в т. ч. роли ситуации в поведении, психологии рынка, психологии потребительского поведения	базовыми навыками применения положений психологических теорий к анализу потребительского поведения
ПК-14: Способность к решению управленческих задач в условиях реально действующих производ-	Знает (пороговый уровень)	основные положения психологии рынка, психологические аспекты потребительского поведения; психологические детерминанты потреби-	- основные положения психологии рынка, - психологические аспекты потребительского поведения;	основные управленческие задачи, организационно-правовые основы профессиональной дея-

<p>ственных структур с учетом организационно-правовых основ профессиональной деятельности (формируется частично)</p>		<p>тельского поведения; как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога.</p>	<p>- психологические детерминанты потребительского поведения; - как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; - организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога.</p>	<p>тельно-сти психолога в организации</p>
	<p>Умеет (продвинутый)</p>	<p>применять в учебной ситуации основные положения психологии рынка, учитывать психологические аспекты потребительского поведения; психологические детерминанты потребительского поведения; применить знание о том, как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; соблюдать организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога</p>	<p>- в учебной ситуации применять основные положения психологии рынка, - психологические аспекты потребительского поведения; - психологические детерминанты потребительского поведения; - как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; - организационно-правовые и этические основы профессиональной деятельности психолога.</p>	<p>реализовывать в учебной ситуации основные управленческие задачи, реализовывать организационно-правовые основы профессиональной деятельности психолога в организации</p>
	<p>Владеет (высокий)</p>	<p>базовыми навыками применения в учебной ситуации основных положений психологии рынка, учета психологических аспектов потребительского поведения; психологических детерминант потребительского поведения; применения знания о том, как организовать взаимодействие с разными категориями потребителей; соблюдения организационно-правовых и этических основ профессиональной</p>	<p>Навыками применения в учебной ситуации знаний основных положений психологии рынка, - психологических аспектов потребительского поведения; - психологических детерминант потребительского поведения; - организации взаимодействия с разными категориями потребителей; - организационно-правовых и этические</p>	<p>навыками реализации в учебной ситуации основных управленческих задач, реализации организационно-правовых основ профессиональной деятельности психолога в организации</p>

		деятельности психолога	ских основ профессиональной деятельности психолога.	
--	--	------------------------	---	--

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.

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 исследователь-

ской 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.

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 последовательно 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

Примерные 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 (рейтинго- вой оцен- ки)	Оценка эк- замена (стандартная)	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.