

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 28.05.2026 11:41:50
Уникальный идентификатор:
46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
экономики и управления,
доктор экономических наук,
профессор
Л.И. Ушвицкий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление поведением потребителей

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Стратегический менеджмент и маркетинг
Год начала обучения	2026
Форма обучения	Очная
Реализуется	3 семестр

Разработано
Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента
Година О.В.

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины заключается в формировании у будущих магистров, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, следующей компетенции: ПК-3.

Основными задачами освоения дисциплины является выработка практических навыков по:

- изучению особенностей управления поведением потребителей;
- осуществлению анализа социально-экономических факторов потребительского поведения;
- определению внешних и внутренних факторов, влияющих на принятие решения о покупке, а также разделению процесса принятия решений на этапы;
- определению индивидуальных характеристик покупателя и типов потребительского поведения;
- разработке маркетинговой стратегии по оптимизации потребительского поведения.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление поведением потребителей» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-3. Способен разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинга, интегрировать маркетинговые технологии управления в деятельность организации в цифровой бизнес-среде	ИД-2. ПК-3. Способен выявлять и оценивать факторы, влияющие на поведение потребителей в среде выбора, прогнозировать спрос, составить модель принятия решений о покупке, разрабатывать и реализовывать меры по привлечению новых потребителей	применяя знания о потребительском рынке, принципах, этике и проблемах изучения покупательского поведения, определяет и оценивает внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей в среде выбора, строит прогноз спроса и модель принятия решений о покупке, использует релевантные подходы к параметрам выбора и к измерению лояльности потребителя, определяет возможности для улучшения среды выбора и разрабатывает меры по привлечению новых потребителей.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего 3 з.е. 108 акад.ч	ОФО, в акад. часах
Контактная работа	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/ из них практическая подготовка	0
Практический занятий/ из них практическая подготовка	18/0
Самостоятельная работа	72
Формы контроля	
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Экзамен	-
Курсовая работа	нет
Контрольная работа	да

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	очная форма			Са мо ст оя те ль на я ра бо та, ча со в	Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем / из них в форме практической подготовки, часов				
			Лек ции	Пр ак ти че ск ие за ня ти я	Лаб ора тор ные раб оты		
1	Поведение потребителей в системе маркетинга 1.Сущность и значение поведения потребителей 2. Эволюция взглядов на теорию потребительского поведения. 3. Концепция маркетинга, ориентированного на потребителя. 4. Принципы и методы исследования поведения потребителей.	ИД-2. ПК-3	4	2	-	12	Собеседование Индивидуальное задание
2	Рынок в системе маркетинга и его основные характеристики 1. Понятие рынка в маркетинге 2. Основные характеристики рынка 3. Классификация и основные характеристики потребителей.	ИД-2. ПК-3	4	4	-	12	Собеседование
3	Моделирование поведения потребителей 1.Факторы, определяющие поведение потребителей. 2.Типы покупательского поведения.	ИД-2. ПК-3	4	4	-	14	Собеседование

	3. Модель поведения конечных потребителей. 4. Моделирование поведения организаций-потребителей.						
4	Процесс принятия решения потребителем. 1. Этапы процесса принятия решения о покупке 2. Осознание потребности и информационный поиск. 3. Оценка вариантов перед покупкой и выбор альтернатив. 4. Покупка. Потребление, удовлетворение, освобождение. Оценка покупки. 5. Типы процессов решений	ИД-2. ПК-3	4	2	-	14	Собеседование Решение задач
5	Привлечение и удержание потребителей. 1. Эволюция потребителей. 2. Цена потери потребителей. 3. Маркетинг, направленный на привлечение и удержание клиентов: ключевые особенности 4. Консьюмеризм	ИД-2. ПК-3	2	6	-	16	Собеседование
	ИТОГО		18	18	-	72	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
 - методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
 - типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины.
- ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации,

приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Горяйнова, Н. М. Поведение потребителей Электронный ресурс : Учебное пособие / Н. М. Горяйнова. - Поведение потребителей, 2029-02-19. - Челябинск : Южно-Уральский институт управления и экономики, 2017. - 272 с. - ISBN 978-5-9908505-9-0, экземпляров неограничено

2. Кормина, О. И. Моделирование поведения потребителей Электронный ресурс / Кормина О. И. : электронное учебное пособие. - Тольятти : ТГУ, 2018. - 181 с. - ISBN 978-5-8259-1201-1, экземпляров неограничено

3. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 312 с. - ISBN 978-51394-01475-8, экземпляров неограничено

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Агаларова, Е. Г. Исследование поведения потребителей Электронный ресурс / Агаларова Е. Г., Антонова И. Ю., Косинова Е. А. : учебник. - Ставрополь : СтГАУ, 2018. - 136 с., экземпляров неограничено

2. Макарова, Т. Н. Поведение потребителей / Т.Н. Макарова. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. - ISBN 978-5-4475-4621-2, экземпляров неограничено

3. Мамистова, Е.А. Экономическое поведение потребителей Электронный ресурс : учебно-методическое пособие / Н.В. Шишкина / Е.Б. Фалькович / Е.А. Мамистова. - Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017. - 78 с. -, экземпляров неограничено

4. Поведение потребителей Электронный ресурс : Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев [и др.] ; ред.: Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 238 с. - ISBN 978-5-238-01280-3, экземпляров неограничено

5. Сбоева, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 128 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1900-9, экземпляров неограничено

6. Семилетова, Я. И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства РФ ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 81 с. : экземпляров неограничено

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1.Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Управление поведением потребителей» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент - [Электронная версия]

2.Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Управление поведением потребителей» для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент , [Электронная версия]

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://4p.ru> (Теория и практика маркетинга (брендинг, мерчендайзинг и др.).Свободный доступ к результатам различных маркетинговых исследований)
2. <http://marketing.spb.ru>(Публикации по вопросам маркетинга (брендинг, ценнообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.). Примеры маркетинговых исследований)
3. <http://comcon-2.com> (Теория количественных и качественных исследований (определение оптимальной цены, объема рынка, рыночных возможностей и т.д.)
4. <http://marketolog.ru> (Сайт маркетологов)
5. <http://7st.ru> (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют комплект практических работ, презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1.Профессиональная база данных «Всероссийская система данных о компаниях и бизнесе «За честный бизнес» // Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru>

2.Профессиональная база данных Росстата // Режим доступа:http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/

Информационная справочная система КонсультантПлюс. // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

3.Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ // Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения
--------------------	--

Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.

