

Документ подписан с помощью электронной подписи
Информация о подписи:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 14:23:20
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор высшей школы
креативных индустрий
Садыкова А.Г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Исследование потребительского поведения

Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)	Логистика
Форма обучения	Очная
Год начала обучения	2026
Реализуется в семестре	6

Разработано:

Кандидат технических наук,
доцент кафедры туризма
и индустрии гостеприимства
Дрижд Н.А.

Ставрополь, 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целями учебной дисциплины «Исследование потребительского поведения» при подготовке будущего бакалавра по направлению «Сервис» Направленность (профиль) Логистика являются:

- Подготовка выпускников к междисциплинарным научным исследованиям для решения задач связанных с разработкой инновационных методов моделирования и оценки конъюнктуры рынков, бизнес-технологий в сфере маркетинга и коммерции в области сельского хозяйства.
- Подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации новых конкурентоспособных товаров и услуг, ассортимента товаров, форм и средств рекламы, стратегии развития логистики, организации и бренд-технологий в области сельского хозяйства.
- Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности в области сельского хозяйства.
- Подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик аграрных предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции.
- Подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

Задачи

- понять цели, задачи и необходимость изучения внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;
- изучение теоретических основ, современных концепций, моделей поведения потребителей;
- изучение практики исследования и анализа поведения потребителей в экономически развитых странах;
- анализ специфики поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений в России;
- изучение и анализ комплекса факторов, влияющих на поведение потребителей;
- изучение основных методов исследования поведения потребителей;
- приобретение навыков разработки методологии и методики исследования поведения потребителей, решения конкретных маркетинговых задач.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Исследование потребительского поведения» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора	Результаты обучения
--------------------------------	-------------------------------	---------------------

ПК-2 Способен проводить экономическое обоснование стратегических решений в логистике, проектировать и оптимизировать деятельность логистических подразделений и предпринимательских структур	ИД-1 ПК-2 Собирает и анализирует исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; разрабатывает план мероприятий по достижению финансовых показателей деятельности с учетом фактора неопределенности	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода в анализе экономических и социально-экономических показателей, вырабатывает стратегию действий, осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи с учетом фактора неопределенности
ПК-2 Способен проводить экономическое обоснование стратегических решений в логистике, проектировать и оптимизировать деятельность логистических подразделений и предпринимательских структур	ИД-2.ПК-2 Организовывает и координирует взаимодействие с подразделениями организации и внешними контрагентами по постпродажному обслуживанию и сервису	Понимая организационную структуру предприятия и процессы постпродажного обслуживания клиентов, способен эффективно организовывать взаимодействие между внутренними подразделениями и внешними партнерами, обеспечивая качественное выполнение обязательств перед клиентами и повышение уровня удовлетворенности сервисом

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е. 144 acad.ч.	ОФО, в acad. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	32
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	32
Самостоятельная работа	53
Формы контроля	
Экзамен	27
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом).

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

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции,	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов
---	--------------------------	--------------------------	---

		индикаторы	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа, часов
6 семестр						
1	Введение в изучение потребительского поведения Понятие и содержание потребительского поведения. Развитие наук о поведении потребителей. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Потребление как предмет маркетингового анализа. Потребитель и рынок. Концепции маркетинга, ориентированные на потребителя. Методология исследований потребительского поведения. Роль исследований поведения потребителей в современном маркетинге. Объект и предмет и задачи дисциплины «Потребительское поведение». Связь поведения потребителей с	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	4	4	-	8
2	Основные экономической теории потребления Понятие инноваций. Классификация товары и инновации инноваций по степени их воздействия на поведение потребителей. Формы новых продуктов. Факторы, влияющие на скорость диффузии инноваций. Классификация потребителей по времени восприятия ими новинок. Инноваторы, ранние освоители, раннее большинство, позднее большинство, запаздывающие.	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	4	4	-	8
3	Особенности изучения потребления в социологии и психологии: основные понятия и концепции Понятие потребительского рынка. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителя: - демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурные. Понятие культуры. Структура культуры. Воздействие	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	4

	<p>культурных ценностей на поведение потребителей.</p> <p>Влияние субкультуры (этнической, религиозной, возрастной и т.д.) на поведение потребителей. Культура потребления, ее формирование, динамика развития. Понятие социализации и интериоризации. Агенты социализации.</p>					
4	<p>Концепция стиля жизни в теории потребления.</p> <p>Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Основные этапы процесса обработки информации. Избирательное восприятие, избирательное искажение, избирательное запоминание. Понятие усвоения, убеждения, отношения. Способы формирования отношения. Обучение потребителю поведению. Методы обучения (классический – бихевиористический, когнитивный, Оперантное обусловливания). Роль мотивации в потребительском поведении.</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	4
5	<p>Потребление в теориях социальной стратификации</p> <p>Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке. решения о покупке. Основные характеристики потребительских ситуаций. Типы ситуаций. Процесс принятия решения о покупке. Осознание проблемы. Поиск информации. Источники поиска информации. Комплект осведомленности и комплект выбора. Оценка вариантов. Решение о покупке. Отношение других людей и непредвиденные факторы обстановки. Характеристика покупателей. Внутримагазинные характеристики. Типы покупательского поведения. Оценка реакции потребителей на покупку.</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	6

6	<p>Теории новых типов обществ. Глобализация потребления Покупатели от имени организаций. Процесс принятия решений о покупках в организациях. Особенности рынка организаций.</p> <p>Рынок товаров промышленного назначения, его особенности.</p> <p>Виды закупок Товаров промышленного назначения.</p> <p>Участники принятия решений о закупках товаров промышленного назначения.</p> <p>Факторы, влияющие на покупателей товаров промышленного назначения.</p> <p>Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения.</p> <p>Рынок промежуточных продавцов.</p> <p>Решения о закупках промежуточных продавцов.</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	6
7	<p>Потребление в социологии постмодерна.</p> <p>Консьюмеризм, этика и социальная политика. Понятие консьюмеризма. История защиты прав потребителей.</p> <p>Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей.</p> <p>Основные права потребителей.</p> <p>Профессиональная этика и консьюмеризм.</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	2
8	<p>Процесс принятия решения потребителем</p> <p>Традиционная модель принятия решения потребителем</p> <p>Основные модели принятия решения потребителем.</p> <p>Многофакторные маркетинговые модели потребительского поведения.</p> <p>Компенсационные и некомпенсационные модели решений.</p> <p>Импульсивное потребление.</p> <p>Модели принятия решений в условиях цифровой экономики.</p> <p>Роли в процессе принятия решения.</p> <p>Теория подталкивания.</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	2

9	<p>Влияние социальных и демографических факторов на поведение потребителей Особенности потребительского поведения различных социально демографических групп. Референтные группы. Лидеры мнений, групповые нормы, конформизм. Особенности влияния референтной группы на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное). Семья как единица потребления. Факторы, влияющие на покупки семьи / домашнего хозяйства. Роли членов семьи в принятии решения о покупке. Потребительская социализация</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	2
10	<p>Психологические характеристики потребителя и их влияние на покупательское поведение Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Типы потребностей и их удовлетворение. Понятие вовлеченности потребителей. Методы исследования мотивации, измерения личных ценностей. Теории личности, их применение в исследовании потребителей Домашнее задание: Сегментирование рынка (на конкретном примере)</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	2
11	<p>Методология и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей Современные методы исследования потребителей в социологии, психологии, маркетинге: общая характеристика.</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	2

	<p>Количественные и качественные исследования поведения потребителей, методы их проведения.</p> <p>Поведенческие эксперименты в исследовании потребителя.</p> <p>Исследования мотиваций, ценностей и потребностей.</p> <p>Определение особенностей модели принятия решения потребителем для планирования взаимодействия.</p> <p>Применение результатов исследований поведения потребителей при разработке маркетинговых стратегий, рекламных кампаний.2</p>					
12	<p>Институты потребления</p> <p>Сообщества потребителей.</p> <p>Потребители как общность</p> <p>Движение потребителей.</p> <p>Мода как институт потребления.</p> <p>Шоппинг как способ потребительского поведения.</p> <p>Новая организация торговли.</p> <p>Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли Интернет-шоппинг</p> <p>Потребительская культура</p> <p>История потребительской культуры (Д. Слейтер).</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	2
13	<p>Потребление в различных сферах</p> <p>Особенности потребления в сфере питания, напитков.</p> <p>«Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения и отказа от потребления пищи.</p> <p>Потребление одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус.</p> <p>Потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Коммодизация современного театра (Кершоу).</p> <p>Высокое искусство как социальный капитал.</p> <p>История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл).</p> <p>Туристическое созерцание.</p>	ИД-1 ПК-2, ИД-2.ПК-2	2	2	-	5
	ИТОГО за 6 семестр		32.00	32.00	-	53.00

	ИТОГО		32.00	32.00	-	53.00
--	--------------	--	-------	-------	---	-------

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). 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 (модуля). ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

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 заверченный 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 (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Учебное пособие. / И.А. Дубровин, 2022. – 310 с. Режим доступа: <http://znanium.com>
2. Меликян, О.М. Поведение потребителей. Учебник / О.М. Меликян. – М.: ДДашков и К, 2023. – 278 с. Режим доступа: <http://znanium.com>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

- 1 Цифровая трансформация экономики России: траектория развития :[16+] / Н.Г. Кузнецов, Т.В. Панасенкова, О.В. Губарь, Н.И. Чернышева ; ред. Н.Г. Кузнецов, Н.Г. Вовченко ; Министерство образования и науки РФ, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростовна-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 319 с.: схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567638> – ISBN 978-5-79722588-1. – Текст: электронный.
- 2 Марусева, И.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : [16+] / И.В. Марусева, А.В. Кокарева ; под общ. ред. И.В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 591 с.: ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3. – Текст: электронный.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся

по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению практических занятий по дисциплине «Исследование потребительского поведения» для студентов направления 43.03.01 Сервис [Электронная версия].
2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Исследование потребительского поведения» для студентов направления 43.03.01 Сервис [Электронная версия].

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 семинарских и 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	http://catalog.ncfu.ru/catalog/ncfu – Официальный сайт Научной библиотеки ФГАОУ ВО СКФУ
2	http://www.consultant.ru – Официальный сайт Консультант плюс
3	http://biblioclub.ru – ЭБС "Университетская библиотека онлайн"
4	http://www.gks.ru – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации

Программное обеспечение:

	Альт Рабочая станция 10
	Альт Рабочая станция К
	Альт «Сервер»
	Пакет офисных программ - P7-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 (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) 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 (модуля) 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, прочитать 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, прочитать 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 опорнодвигательного 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 онлайнзанятий 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 информационнообразовательной 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, онлайнвстреч и дистанционного обучения (ВКС-видеоконференцсвязь, 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.