

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра ЭТиУЧР
Заведующий кафедрой ЭТиУЧР



И.А. Епишкин

12 мая 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

25 мая 2020 г.



Кафедра «Экономика, организация производства и менеджмент»

Автор Бубнова Галина Викторовна, д.э.н., профессор

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Направление подготовки:	<u>38.03.02 – Менеджмент</u>
Профиль:	<u>Управление человеческими ресурсами</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 6 20 мая 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 18 12 мая 2020 г. Заведующий кафедрой  О.В. Ефимова
--	--

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2017
Подписал: Заведующий кафедрой Ефимова Ольга Владимировна
Дата: 12.05.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями учебной дисциплины «Поведение потребителей» при подготовке бакалавра в области процессного направления бизнесом являются:

1. Подготовка выпускников к междисциплинарным научным исследованиям для решения задач, связанных с разработкой программ, комплекса мероприятий, нацеленных на формирование спроса на товары и услуги организации.
2. Подготовка выпускников к проектной деятельности в области оптимизации бизнес-процессов организации, совершенствования и повышения качества товаров и услуг, систем взаимодействия с потребителями и партнерами по бизнесу.
3. Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и экономической деятельности.
4. Подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции.
5. Подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

Задачи дисциплины:

- усвоение основных понятий в области поведения потребителей;
- изучение моделей потребительского поведения;
- разработка планов, мероприятий по изучению потребительского поведения с целью максимального удовлетворения потребностей потребителей, формирования устойчивого спроса на товары и услуги компании;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний, необходимых для формирования профессиональных компетенций.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Поведение потребителей" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его базовую часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Социология:

Знания:

Умения:

Навыки:

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Маркетинг

2.2.2. Маркетинг взаимоотношений

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ),
СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Умеет анализировать рыночные возможности организаций.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетных единиц (108 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 1
Контактная работа	32	32,15
Аудиторные занятия (всего):	32	32
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	16	16
Самостоятельная работа (всего)	76	76
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	108	108
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	3.0	3.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ПП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Раздел 1 Введение в предмет	1		2		2	5	ПК1
2	1	Тема 1.1 Тема 1 Предмет, цели, задачи, тематический план, рекомендованная литература, обзор источников учебно-методической литературы. Основные понятия и определения. Области, виды деятельности, использующие знание моделей поведения потребителей	1					1	
3	1	Раздел 2 Эволюция теории поведения потребителей и базовых представлений	2				6	8	ПК1
4	1	Тема 2.1 Тема 2 История развития теории «Поведение потребителей» в комплексе маркетинга. Сравнительная характеристика базовых представлений в мировоззрении модернизма и постмодернизма.	2					2	
5	1	Раздел 3 Модели описания поведения потребителей	2		2		10	14	ПК1
6	1	Тема 3.1 Тема 3 Классификация и характеристика моделей описания поведения потребителей.	2					2	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Имитационные: физические, аналоговые модели. Экспериментальные-апостериорные (однофакторные, многофакторные) модели. Экономические: экономико-математические, социально-экономические, организационно-экономические модели. Психологические модели: когнитивная, Гештальт-модель, бихевиористическая модель, экономико-психологическая модель. Простая модель покупательского поведения.							
7	1	Раздел 4 Типология потребителей	2		4		10	16	ПК1
8	1	Тема 4.1 Тема 4 Основные понятия. Теории личности (социально-психологическая, психоаналитическая, теория характерных особенностей). Группа характеристик, определяющих тип личности. Типизация потребителей к окружению, к типу восприятия информации, по отношению к торговой марке, процессу покупки и др.	2					2	
9	1	Раздел 5 Основные положения	3		2		15	20	ПК2

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		мотивации поведения потребителей							
10	1	Тема 5.1 Тема 5 Содержательные теории мотивации Абрахама Маслоу, Фредерика Герцберга, Клейтона Альдерфера и Дэвида МакКлеланда (приобретенных потребностей). Процессуальные теории мотивации: Виктора Врума (теория ожиданий), Стейси Адамса (теория справедливости, Портера-Лоулера).	3					3	
11	1	Раздел 6 Теории поведения покупателей	2		2		18	22	ЗаО
12	1	Тема 6.1 Тема 6 Внешние факторы поведения потребителей: культура, субкультура, социальное положение, референтные группы, семья, роли и статусы. Модель поведения покупателей по Ф. Котлеру. Модель поведения покупателей Г. Армстронгу. Модель поведения покупателей по Дж. Сондорсу, В. Вонгу. Принцип убывающей предельной полезности, законы Г.Г. Госсена.	2					2	
13	1	Раздел 7 Процесс принятия решения о покупке,	4		4		15	23	ЗаО

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ответные реакции покупателя (потребителя услуг).							
14	1	Тема 7.1 Тема 7 Этапы процесса принятия решения о покупке. Модели принятия решений. Классификация рисков для потребителя. Виды расхождений в обслуживании (Цайтамль, Л. Берри, А. Парасураман). Виды и уровни чувствительности покупателя к цене.	4					4	
15		Всего:	16		16		76	108	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 16 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	1	РАЗДЕЛ 1 Введение в предмет	ПЗ №1 Изучение способности предприятия удовлетворять запросы потребителя	2
2	1	РАЗДЕЛ 3 Модели описания поведения потребителей	ПЗ №2 Рейтинг важности условного продукта для потребителя	2
3	1	РАЗДЕЛ 4 Типология потребителей	ПЗ №3 Типизация потребителей (по отношению к товару)	2
4	1	РАЗДЕЛ 4 Типология потребителей	ПЗ №4 Типизация потребителей (по отношению поведенческой модели)	2
5	1	РАЗДЕЛ 5 Основные положения мотивации поведения потребителей	ПЗ №5 Оценка приверженности (тяготения потребителя) к торговой марке	2
6	1	РАЗДЕЛ 6 Теории поведения покупателей	ПЗ №6 Оценка ожиданий и соблюдение прав потребителей	2
7	1	РАЗДЕЛ 7 Процесс принятия решения о покупке, ответные реакции покупателя (потребителя услуг).	ПЗ №7 Модели принятия решений о покупке потребителем	2
8	1	РАЗДЕЛ 7 Процесс принятия решения о покупке, ответные реакции покупателя (потребителя услуг).	ПЗ №8 Оценка реакции потребителей на изменение цены товара и усиление рекламной кампании	2
ВСЕГО:				16/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые проекты (работы) учебным планом не предусмотрены.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «Поведение потребителей» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью являются традиционными классически лекционными (объяснительно-иллюстративные), с некоторыми элементами интерактивности, дискуссии.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практических занятий представляет собой объяснительно-иллюстративное решение задач остальные практические занятия проводятся с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе, обсуждение и анализ учебных и практических кейсов.

Самостоятельная работа студента заключается в чтении основной и дополнительной литературы и подготовке реферата по дисциплине, а также в подготовке к текущему/промежуточному контролю. При этом студенты могут использовать электронные учебные издания.

Оценка результатов обучения проводится с использованием модульно-рейтинговой технологии.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	1	РАЗДЕЛ 1 Введение в предмет	Введение в предмет Работа с учебной литературой, проработка учебного материала. Литература: 1, 3, 5.	2
2	1	РАЗДЕЛ 2 Эволюция теории поведения потребителей и базовых представлений	Эволюция теории поведения потребителей и базовых представлений Работа с учебной литературой, проработка учебного материала, подготовка реферата. Литература: 1, 2, 4.	6
3	1	РАЗДЕЛ 3 Модели описания поведения потребителей	Модели описания поведения потребителей Работа с учебной литературой, проработка учебного материала. Литература: 1, 3, 4, 5	10
4	1	РАЗДЕЛ 4 Типология потребителей	Типология потребителей Работа с учебной литературой, проработка учебного материала, подготовка реферата. Литература: 1, 2, 4	10
5	1	РАЗДЕЛ 5 Основные положения мотивации поведения потребителей	Основные положения мотивации поведения потребителей Работа с учебной литературой, проработка учебного материала, подготовка реферата. Литература: 1, 3, 4	15
6	1	РАЗДЕЛ 6 Теории поведения покупателей	Теория поведения покупателей Работа с учебной литературой, проработка учебного материала, подготовка реферата. Литература: 1, 2, 5	18
7	1	РАЗДЕЛ 7 Процесс принятия решения о покупке, ответные реакции покупателя (потребителя услуг).	Процесс принятия решения о покупке, ответные реакции покупателя (потребителя услуг). Работа с учебной литературой, проработка учебного материала, подготовка реферата. Литература: 1, 2, 3, 4, 5	15
ВСЕГО:				76

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Поведение потребителей	Дубровин И.А.	М.: Издательство "Дашков и К", 2017 https://e.lanbook.com/book/93525	Все разделы
2	Поведение потребителей	Меликян О.М.	М.: Издательство "Дашков и К", 2016 https://e.lanbook.com/book/93311	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Социология потребления	Ильин В.И.	М.: Юрайт, 2020 https://urait.ru/bcode/453476	Все разделы
4	Поведение потребителей	Сбоева И.А.	Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017 https://e.lanbook.com/book/102725	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебное издание в электронном виде:

<https://mysocrat.com/book-card/1343-povedenie-potrebitelej/>

Информационные ресурсы:

http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ (Электронная библиотека ИЭФ)

<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))

<https://www.urait.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине не требуется наличие специализированного лицензионного ПО.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ и/или электронная почта.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудиторная работа предусматривает лекции по ключевым и проблемным вопросам дисциплины и проведение семинарских занятий с целью закрепления теоретических знаний.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на формирование навыков работы с различными источниками, систематизации полученной информации, составления аналитических материалов, решения экономических задач и прогнозирования реальных экономических процессов.

Необходимо предусмотреть развитие форм самостоятельной работы, выводя обучающихся к завершению изучения учебной дисциплины на её высший уровень.

Пакет заданий для самостоятельной работы следует выдавать в начале семестра, определив предельные сроки их выполнения и сдачи.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям: - изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; - логичность, четкость и ясность в изложении материала; - возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся; - опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; - тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся.

Семинарские (практические) занятия - являются школой публичных выступлений обучающихся, они проходят в атмосфере свободного обмена мнениями, в форме живого и творческого обсуждения основных вопросов темы.

Отдельные занятия по решению преподавателя могут проводиться с использованием активных методов обучения, в частности, в форме деловых, эвристических игр, дискуссий, конференций, викторин и т.п.

Самостоятельная работа является основным методом глубокого и творческого усвоения содержания дисциплины. К основным формам самостоятельной работы относятся:

? чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине,

? подготовка к семинарским занятиям,

? написание реферата,

? выполнение творческих (практических) заданий.

Важнейшими принципами самостоятельной работы являются:

- регулярность: занимайтесь не от случая к случаю, а регулярно, хотя бы один раз в неделю;

- целенаправленность: прежде чем начать работать с научным текстом (учебником, монографией, статьей из журнала и др.), решите, что Вы хотите узнать, на какие вопросы получить ответы;

- последовательность: не стремитесь забежать вперед, узнать всё сразу, вместо быстрого, но поверхностного усвоения содержания дисциплины практикуйте постепенное и

последовательное движение в соответствии с программой курса – так вы сделаете свои знания более прочными;

- практичность: старайтесь распознать жизненно-практическое значение даже самых абстрактных, казалось бы, оторванных от реальной жизни, идей и теорий, методов и концепций, оценить сквозь их призму собственную профессиональную деятельность, как прошлую и нынешнюю, так и будущую

- критицизм: не принимайте всё, что услышите и прочтаете, за «чистую монету»; следуя советам древних мыслителей, сомневайтесь во всём, дерзайте вопрошать и критиковать авторитеты – так вы не только разовьете навыки самостоятельного мышления, но и сделаете полученные знания более прочными и упорядоченными;

- коллегиальность: обсуждайте прочитанное в книгах и газетах, услышанное и увиденное по телевизору и на занятиях в кругу своих товарищей - ведь именно в споре рождается истина.

Реферат представляет собой учебно-исследовательскую работу, которая пишется каждым обучающимся по определённой теме на основе изучения оригинальной научной литературы (монографий, журнальных статей, публикаций в Интернете и др.). Тема реферата обучающимся выбирается по согласованию с преподавателем. Требования по оформлению реферата-ЭССЭ:

реферат должен включать в себя введение, основную часть, состоящую из 3-5 разделов, заключение, список литературы; реферат должен быть оформлен на листах формата А-4 (текст пишется только на одной стороне листа); все цитаты должны сопровождаться ссылками на их источник; у реферата должны быть правильно оформленный титульный лист, оглавление с указанием номеров страниц; все страницы реферата должны быть пронумерованы. Рекомендуемый объем реферата – 24 страницы.

Практикум представляет собой самостоятельную разработку научно-исследовательского характера, обязательно осуществляемую каждым обучающимся. Пропущенные обучающимися занятия (по уважительным или иным причинам) отрабатываются в индивидуальном порядке в дни консультаций преподавателя, ведущего семинары.

Завтрашний специалист должен быть готов к работе в реальных жизненных условиях рыночной экономики, т.е. разбираться в современных концепциях менеджмента, инструментарию маркетинга, успешно использовать методы и технологии в решении современных практических задач.

Модели описания поведения потребителей помогают глубже раскрыть зависимости между различными сторонами явлений и процессов, лучше понять сущность, протекаемых в сознании потребителя и рынке процессов.

Работа над решением задач и выполнением заданий требует предельного овладения теорией и представляет собой использование теоретических знаний и формирование навыков и умений.

В процессе решения задач и выполнения заданий обучающиеся анализируют и обобщают факты экономической действительности. Выводы, полученные на этой основе, имеют то преимущество, что сделаны самостоятельно. В результате усвоение курса поведение потребителей становится более активным, мобилизуются, закрепляются и глубже осмысливаются положения теории, вырабатываются известные навыки экономического анализа.

Рабочая программа ориентирует студента на творческое овладение предметом и повышает интерес к его изучению, включает задачи и задания по шести темам курса «Поведение потребителей» и методические пояснения, способствующие углубленному анализу предложенных ситуаций, развитию умения сделать правильные выводы и сформулировать предложения по решению представленных проблем.

Ответ на теоретические вопросы – обязательная часть выполнения задач и заданий.

Задачи и задания могут быть использованы в различных формах учебного процесса.

Основой изучения дисциплины в вузе является лекция. Включение задач и заданий в

лекционный курс позволит преподавателю сделать объяснение более обоснованным, доказательным. Изучаемый материал преподносится конкретнее, нагляднее. Фактические данные многих задач и заданий служат хорошей иллюстрацией рассматриваемых теоретических положений, лекция становится более убедительной. Задачи и задания не только обогащают содержание лекции, но и совершенствуют ее форму, улучшает логическую последовательность излагаемого материала и стиль лекции: изложение становится более свободным, а лекция в целом более яркой, запоминающейся. Наиболее широкое применение задачи и задания находят в самостоятельной работе обучающихся над курсом «Поведение потребителей» на семинарских занятиях. Организация самостоятельной работы обучающихся над задачами и заданиями требует методических рекомендаций со стороны преподавателя. На семинаре подводятся итоги самостоятельной работы обучающихся, осуществляется контроль за усвоением материала, разъясняются наиболее сложные теоретические положения.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачету и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания. Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины. Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература.