

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
В.Ф. УТКИНА"**

СОГЛАСОВАНО
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Поведение потребителей
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономики, менеджмента и организации производства**

Учебный план 01.03.05_26_00.plx
01.03.05 Статистика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Иная контактная работа	0,25	0,25	0,25	0,25
Итого ауд.	32,25	32,25	32,25	32,25
Контактная работа	32,25	32,25	32,25	32,25
Сам. работа	31	31	31	31
Часы на контроль	8,75	8,75	8,75	8,75
Итого	72	72	72	72

г. Рязань

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Соловьева Ирина Павловна

Рабочая программа дисциплины

Поведение потребителей

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 01.03.05 Статистика (приказ Минобрнауки России от 14.08.2020 г. № 1032)

составлена на основании учебного плана:

01.03.05 Статистика

утвержденного учёным советом вуза от 24.04.2026 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от 28.04.2026 г. № 8

Срок действия программы: 2026-2030 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2029 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2030-2031 учебном году на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2030 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью освоения дисциплины является знакомство обучающихся с теоретическими основами поведения потребителей, подходами к его пониманию и исследованию для решения задач профессиональной деятельности.
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	- формирование знаний для организации и осуществления деятельности по изучению поведения потребителей;
1.4	- формирование умений по выявлению потребностей покупателей и приемов маркетинговых коммуникаций, воздействующих на формирование потребностей покупателей;
1.5	- овладение методами сбора, обработки и анализа информации в ходе проведения научных, в том числе маркетинговых исследований по изучению поведения потребителей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	ФТД.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы финансовых вычислений
2.1.2	Организация производственных и логистических процессов
2.1.3	Ценообразование
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятий
2.2.2	Планирование и бюджетирование на предприятии
2.2.3	Практика по профилю профессиональной деятельности
2.2.4	Производственная практика
2.2.5	Лабораторный практикум по компоновке данных
2.2.6	Риск-менеджмент
2.2.7	Управленческий учет и контроллинг
2.2.8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
2.2.10	Преддипломная практика
2.2.11	Статистика предприятий и организаций
2.2.12	Научно-аналитическая работа

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-3: Способен проводить экономический анализ деятельности организации	
ПК-3.1. Ориентируется в экономических процессах функционирования и развития организации, идентифицируя и анализируя явления, выявляя взаимосвязи между ними	
Знать управленческие и поведенческие теории в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности; основные подходы к пониманию поведения потребителей и динамику их развития; основные методы и инструменты стратегического анализа, в том числе качественные и количественные методы исследования потребителей, анализа потребностей, мотивации целевых сегментов	
Уметь не осваивается	
Владеть не осваивается	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	управленческие и поведенческие теории в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности;
3.1.2	основные подходы к пониманию поведения потребителей и динамику их развития;
3.1.3	основные методы и инструменты стратегического анализа, в том числе качественные и количественные методы исследования потребителей, анализа потребностей, мотивации целевых сегментов
3.2	Уметь:
3.2.1	не осваивается
3.3	Владеть:
3.3.1	не осваивается

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Форма контроля
	Раздел 1. Теоретическое обучение					
1.1	Теоретические основы потребительского поведения /Тема/	5	0			
1.2	Сущность, содержание, основы потребительского поведения. Определение понятий «потребление», «потребительское поведение». Поведение потребителя в процессе приобретения, потребления и избавления от товаров. Эволюция поведения потребителей. Методы изучения поведения потребителей. Потребитель как глобальное явление. Права потребителей /Лек/	5	4	ПК-3.1-3	Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.3	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по теме /Ср/	5	6	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.4	Мотивация потребителя /Тема/	5	0			
1.5	Мотивация потребите. Мотив. Мотивация. Связь потребностей и мотивов. Классификация мотивов. Рациональные, эмоциональные и иррациональные мотивы. Теория мотивации З. Фрейда и ее применение в практике маркетинга. Иерархия потребностей по Л. Маслоу. Физиологические потребности, потребности самосохранения, социальные потребности, потребности в уважении и самоутверждении. Теория мотивации Ф. Герцберга, теория двух факторов. /Лек/	5	6	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.6	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по теме /Ср/	5	6	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.7	Факторы влияния на поведение потребителей /Тема/	5	0			
1.8	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение. Социальная стратификация общества и социальный статус личности как основа эффективного управления поведением потребителей. Малые группы и групповые коммуникации как решающий фактор микровлияния на потребительское поведение. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя /Лек/	5	6	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.9	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по теме /Ср/	5	5	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет

1.10	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей. Восприятие информации как основа механизма принятия решения о покупке. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением /Лек/	5	6	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.11	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по теме /Ср/	5	6	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.12	Процесс принятия потребителями решения о покупке /Тема/	5	0			
1.13	Процесс принятия потребителями решения о покупке. Факторы ситуационного влияния на процесс принятия решения о покупке. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке. Процессы осознания потребителем потребности в товаре и информационного поиска. Оценка и формирование потребителем альтернатив покупательского решения. Покупка как основная стадия потребительского решения. Маркетинговое поведение продавца коммерсанта как решающее условие эффективного поведения потребителя. Характеристика основных послепокупочных социальных процессов. Сущность и факторы покупательского поведения организации. /Лек/	5	6	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.14	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по теме /Ср/	5	4	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.15	Консьюмеризм, этика и социальная политика. /Тема/	5	0			
1.16	Понятие консьюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консьюмеризм. Глобальная перспектива консьюмеризма. Российская действительность и консьюмеризм. /Лек/	5	4	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
1.17	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы по теме /Ср/	5	4	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы, зачет
	Раздел 2. Промежуточная аттестация					
2.1	Промежуточная аттестация /Тема/	5	0			
2.2	Сдача зачета /ИКР/	5	0,25	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2	Итоговое тестирование

2.3	Подготовка к зачету /Зачёт/	5	8,75	ПК-3.1-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4	Контрольные вопросы к зачету
-----	-----------------------------	---	------	----------	---	------------------------------------

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Оценочные материалы по дисциплине "Поведение потребителей")

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/ название ЭБС
Л1.1	Федосенко, А. А., Денисенко, Ю. Н.	Поведение потребителей (маркетинговый аспект) : учебное пособие	Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2020, 164 с.	978-5-7890-1724-1, https://www.iprbookshop.ru/117727.html
Л1.2	Хан Р. С., Федосенко А. А.	Поведение потребителей: маркетинговая практика: практикум	Ростов-на-Дону: Донской ГТУ, 2021, 71 с.	978-5-7890-1910-8, https://e.lanbook.com/book/237947
Л1.3	Иванова Е. А., Соколов Ю. И., Лавров И. М., Шлеин В. А., Чуверина О. Г.	Поведение потребителей : учебное пособие	Москва: РУТ (МИИТ), 2023, 147 с.	, https://e.lanbook.com/book/367616
Л1.4	Шмаков А. В.	Поведение потребителей: закономерности мышления и механизмы управления : учебное пособие	Новосибирск: НГТУ, 2024, 76 с.	978-5-7782-5317-9, https://e.lanbook.com/book/514465

6.1.2. Дополнительная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/ название ЭБС
Л2.1	Васильев, Г. А., Лебедева, О. А., Васильев, А. Г., Эриашвили, Н. Д., Лыгина, Н. И., Лыгиной, Н. И., Васильева, Г. А.	Поведение потребителей : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «маркетинг», 080301 «коммерция (торговое дело)»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017, 238 с.	978-5-238-01280-3, https://www.iprbookshop.ru/81820.html
Л2.2	Чуланов, Э. Ю.	Поведение потребителей : учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный промышленный университет технологий и дизайна, 2017, 80 с.	978-5-7937-1436-5, https://www.iprbookshop.ru/102949.html

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.3	Сушкевич, Е. А.	Поведение потребителей : практикум	Минск: Вышэйшая школа, 2020, 152 с.	978-985-06-3263-0, https://www.iprbookshop.ru/120058.html
Л2.4		Экономическое поведение потребителей : учебно-методическое пособие по организации обучения для направления подготовки: 38.04.01 «экономика»	Воронеж: ВГАУ, 2017, 78 с.	, https://e.lanbook.com/book/178874

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Официальный интернет портал РГРТУ [электронный ресурс]. - URL: http://www.rsreu.ru
Э2	Образовательный портал РГРТУ [электронный ресурс]. - Режим доступа: по паролю. - URL: https://edu.rsreu.ru
Э3	Электронная библиотека РГРТУ [электронный ресурс]. - Режим доступа : доступ из корпоративной сети РГРТУ - по паролю. - URL: http://elib.rsreu.ru/
Э4	Электронно-библиотечная система IPRbooks [электронный ресурс]. - Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ - свободный, доступ из сети интернет- по паролю. - URL: http://www.iprbookshop.ru

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование	Описание
Операционная система Windows	Коммерческая лицензия
Kaspersky Endpoint Security	Коммерческая лицензия
OpenOffice	Свободное ПО
LibreOffice	Свободное ПО
7 Zip	Свободное ПО

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ http://www.garant.ru
6.3.2.2	Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (договор об информационной поддержке №1342/455-100 от 28.10.2011 г.)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	414 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий Специализированная мебель (40 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, экран. Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W) ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ
2	501 лабораторный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (37 посадочных мест) ПК: Intel Celeron CPVJ1800 – 25 шт. Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ
3	325 лабораторный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (29 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, проектор, экран. ПК: ПЭВМ – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.
4	319 лабораторный учебный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (24 посадочных места), доска, проектор, экран. ПК: ПЭВМ – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методические материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Методическое обеспечение дисциплины "Поведение потребителей")

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись