Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины

Поведение потребителей

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Вологда – 2020

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии организации и технологии ведения бизнеса
Протокол № 1 от 02 сентября 2020 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

Утверждаю
Зам. директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Согласовано:
Зам.директора по методической работе
_____ А.А. Русина

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик: Груничева В.А. - преподаватель ЧПОУ ВКК Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС и потребностям рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Гендир ООО "Карт-Комплект" _____ Агафьева С.А.

Место работы, должность *подпись* *ФИО*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 8
5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ 10
6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01. Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (ППСЗ): входит в цикл общепрофессиональных дисциплин.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- правильно и грамотно работать с клиентами на разных этапах его жизненного цикла;
- определять этап процесса решения потребителя о покупке и вырабатывать соответствующие действия.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- понятие потребительского поведения;
- методы изучения поведения потребителей;
- внешние и внутренние факторы поведения потребителей;
- процесс принятия потребителями решения о покупке;
- типы и модели покупательского поведения.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:

Рабочая программа учебной дисциплины рассчитана на **54** часа максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **36** часов; самостоятельной работы обучающегося **18** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	**Объем часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	36
в том числе:	
практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Поведение потребителей

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Максим. кол-во часов	Обязательное кол-во часов		Сам. работа	Уровень освоения
			Теор.	ПЗ		
Тема 1. Сущность, содержание и цели изучения поведения потребителей	**Содержание учебного материала:**					
	1. Понятие потребительского поведения. Методы изучения поведения потребителей. Исследования потребителей	3	2	0	1	
	2. Влияние анализа потребителей на бизнес-стратегию	3	2	0	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: в виде тезисов изложить ответ на вопрос «Как превратить клиента потенциального в клиента лояльного?», написать реферат на тему «Психоаналитическая модель личности З. Фрейда в анализе теории поведения потребителя»					
Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	**Содержание учебного материала:**					
	1. Социальная стратификация. Культура. Статусные группы	3	2	0	1	
	2. Группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйство	3	2	0	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: написать сочинение на тему: «Влияние модных тенденций на поведение потребителя». Привести конкретные примеры, написать рефераты на темы «Социальная стратификация современного общества», «Средний класс в структуре российского общества», «Влияние разных типов субкультур на поведение потребителей»					
Тема 3. Внутренние факторы влияния на поведение потребителей	**Содержание учебного материала:**					
	1. Мотивация, личность и эмоции	6	4	0	2	
	2. Восприятие. Обучение, память и позиционирование продукта	3	2	0	1	
	3. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы. Знание и отношение	3	2	0	1	

	Самостоятельная работа обучающихся: привести примеры психологии восприятия отдельных цветов, сочетания цветов, привести примеры престижного потребления товаров, написать рефераты на темы: «Убеждение покупателей как основа продвижения товара», «Потребность в социальной безопасности как основа поведения личности в обществе»					
Тема 4. Процесс принятия решения о покупке	**Содержание учебного материала:**					
	1. Характеристика этапов процесса принятия потребителем решения о покупке. Процессы после покупки	4	2	0	2	
	2. Диагностика поведения потребителя. Обучение потребителей покупательскому поведению	3	2	0	1	
	Практическая работа					
	1. П/Р №1. Анализ поведения покупателей на различных этапах принятия решения о покупке	3		2	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: в виде тезисов сформулировать ответ на вопрос: «Методы формирования доверия потребителей к собственной торговой марке розничной торговой сети», написать доклад на тему: «Скрытая реклама и вирусный маркетинг как инструменты привлечения потребителей», «Программы повышения лояльности потребителей в российской практике», «Феномен толпы в рекламе товаров и услуг»					
Тема 5. Типы и модели покупательского поведения	**Содержание учебного материала:**					
	1. Типы и модели покупательского поведения.	3	2	0	1	
	2. Архетипы потребителей. Типология потребителей символической продукции	3	2	0	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: составить сводную таблицу типов и моделей покупательского поведения					
Тема 6. Организационное покупательское поведение. Консьюмеризм	**Содержание учебного материала:**					
	1. Сущность и факторы покупательского поведения организации	3	2	0	1	
	2. Особенности моделирования покупательского поведения предприятий-потребителей. Виды закупок. Процесс закупок	3	2	0	1	

	3. Защита прав потребителей. Потребительский экстремизм	3	2	0	1	
	Практическая работа					
	1. П/Р №2. Работа с клиентами на различных этапах его жизненного цикла	3		2	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: разработать методы привлечения и удержания клиентов для предприятия оптовой торговли					
Дифференцированный зачет		2	2	0	0	
	Всего	**54**	**32**	**4**	**18**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения: мультимедиапроектор, компьютер с лицензионным программным обеспечением.

3.2. Информационное обеспечение обучения

А) Нормативные документы

1. Российская Федерация. Конституция. Конституция Российской Федерации : (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ) – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ (в ред. Постановлением Конституционного Суда РФ от 03.07.2019 № 26-П) – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
3. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : закон Российской Федерации : от 07.02.92, № 2300-1 (в действующей редакции) / – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
4. Российская Федерация. Законы. О рекламе [Электронный ресурс]: фед. закон: от 13.03.2006, №38-ФЗ (в ред. от 08.03.2015) / СПС «КонсультантПлюс» // ЗАО «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.

Б) Основные источники:

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Юрайт, 2020. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5368-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/448543
2. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Юрайт, 2020. — 277 с.

— (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450814

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Умения	
Правильно и грамотно работать с клиентами на разных этапах его жизненного цикла	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий
Определять этап процесса решения потребителя о покупке и вырабатывать соответствующие действия	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий
Знания	
Понятие потребительского поведения	Дифференцированный контроль, выполнение контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Методы изучения поведения потребителей	Дифференцированный контроль, выполнение контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Внешние и внутренние факторы поведения потребителей	Дифференцированный контроль, выполнение контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Процесс принятия потребителями решения о покупке	Дифференцированный контроль, выполнение контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа
Типы и модели покупательского поведения.	Дифференцированный контроль, выполнение контрольных заданий, самостоятельная и домашняя работа

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Исследования рынка проведены в соответствии с установленным алгоритмом	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– -работа с использованием современного оборудования и информационно-коммуникационных технологий	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями, коллегами, руководителями и потребителями.	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– самоанализ результатов собственной работы и работы команды – ответственность за результат выполнения заданий членов команды	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной	– способность к ориентированию в условиях частой смены технологий в профессиональной	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий;

деятельности.	деятельности – анализ инноваций в области управления ассортимента	выполнение индивидуальных практических заданий
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– проявление предпринимательской активности в профе5ссиональной деятельности	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении практических заданий; выполнение индивидуальных практических заданий

5. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

По итогам изучения дисциплины предусмотрен дифференцированный зачет в форме ответов на два теоретических вопроса и одного практического задания.

Примерный перечень теоретических вопросов для дифференцированного зачета:

1. Раскройте понятие и содержание потребительского поведения.
2. Опишите поведение потребителей как междисциплинарная область исследований.
3. Опишите методы изучения поведения потребителей.
4. Раскройте особенности потребительского поведения Россиян.
5. Опишите изменение роли потребителей.
6. Опишите психические процессы человека, их влияние на потребительский спрос.
7. Раскройте процесс принятия решения о покупке.
8. Опишите типологию потребителей.
9. Расскажите о понятиях социальная стратификация. Культура. Статусные группы.
10. Опишите конфликты в потребительском поведении.
11. Раскройте мотивацию поведения потребителей.

Примерный перечень практических заданий для дифференцированного зачета:

1. На основе предложенного деления покупателей по их отношению к новым товарам, поставляемым на рынок, продумайте и опишите потребительские свойства указанных

в таблице товаров, которые будут определяющими для совершения покупки каждой категорией покупателей.

Категория покупателя	Белье	Небьющаяся посуда
Суперноваторы		
Новаторы		
Обыкновенные		
Консерваторы		
Суперконсерваторы		

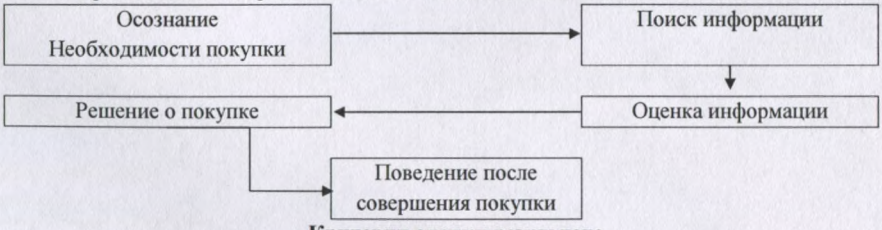
2. На примере нескольких товаров охарактеризуйте влияние цвета упаковки на восприятие. Выявите соответствия и несоответствия в оформлении товара, занесите данные в таблицу.

№ п\п	Примеры товаров	Оценка влияние цвета упаковки на восприятие

3. Оценить каждую из высказанных фраз: при положительном впечатлении знаком "+", а при отрицательном — знаком

1. Добрый день. Это колбасный завод НПАО "Контакт". У телефона Афанасьева Ирина Николаевна. Чем я могу помочь вам?
2. Извините, я не занимаюсь этими вопросами. Перезвоните в отдел продаж.
3. Здравствуйте — НПАО "Контакт".
4. Менеджера сейчас на месте нет. Что ей передать?
5. Спасибо за звонок. Позвоните через два часа.
6. Извините, сейчас никого из отдела нет на месте. Поэтому ничем не могу вам помочь.

4. Используя схему принятия решения о покупке, опишите поведение потребителя при покупке любого товара. Укажите какие маркетинговые мероприятия со стороны производителя и продавца должны быть на каждом этапе.



Критерии оценки результата

Оценка «Отлично» - за правильное выполнение всех теоретических вопросов и практического задания;

Оценка «Хорошо» - за правильное выполнение любого теоретического вопроса и практического задания или неполное раскрытие двух теоретических вопросов и выполнение практического задания;

Оценка «Удовлетворительно» - за неполное раскрытие одного вопроса и выполнение практического задания или за раскрытие двух теоретических вопросов;

Оценка «Неудовлетворительно» - за выполнение одного задания зачета и менее.