

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор  
  
Хагуров А.  
подпись  
« 27 » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Б1.В.06 «ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ»**

Направление подготовки	37.04.01 Психология
Направленность (профиль)	Психология профессиональной деятельности и экономическая психология
Форма обучения	очная
Квалификация	магистр

Краснодар 2022

Рабочая программа дисциплины Б1.В.06 «Психология потребительского поведения» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 37.04.01 Психология.

Программу составил(и):

Е.Ю. Педанова, канд.психол.наук, доцент  
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.06 «Психология потребительского поведения» утверждена на заседании кафедры социальной психологии и социологии управления (выпускающей) протокол № 11, от «19» мая 2022 г.

Заведующий кафедрой Педанова Е.Ю.  
фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 7, от «23» мая 2022 г.

Председатель УМК факультета Шлюбуль Е.Ю.  
фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Юркова И.Г. канд.психол.н., доцент каф. управления персоналом и организационной психологии.

Казимагомедов Д.К. педагог-психолог, директор ООО «Островок тепла».

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

сформировать представления о детерминантах и процесса потребительского поведения людей, с целью прогнозирования, учета индивидуальной вариативности, факторов риска и предотвращения субъективного неблагополучия.

### 1.2 Задачи дисциплины

1. Сформировать представления о теоретических основаниях изучения потребительского поведения в психологии, выбирать теории, концепции для научных исследований;
2. Определять задачи диагностики с учетом индивидуально-типологических особенностей, факторов риска, принадлежности к разным социальным группам.
3. Анализировать детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения.

### 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология потребительского поведения» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Компетенции, необходимые для данной дисциплины формируются в таких предшествующих дисциплинах как: «Теории личности», «Психология занятости и карьеры», «Психология финансового поведения, формирование финансовой грамотности», «Организационная психология».

Параллельно компетенции развиваются в дисциплине «Психология стресса и совладающего поведения».

Дисциплина «Психология потребительского поведения» формирует компетенции экспертно-диагностического и научно-исследовательского типа задач профессиональной деятельности, необходимые для прохождения практик и выполнения выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

### 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 осуществляет диагностику психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к профессиональной и другим социальным группам	
ИПК-2.1 Определяет, предмет и задачи диагностики.	Знать подходы к изучению психологии потребительского поведения, представления о детерминантах, и индивидуальной вариативности.
	Опираясь на структуру предмета, определять задачи диагностики с учетом индивидуально-типологических особенностей, факторов риска, принадлежности к разным социальным группам
ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики	Знать стандартные требования к использованию психодиагностического инструментария и перечень методов диагностики факторов и особенностей потребительского поведения.
	Соотносить проблему и инструменты ее диагностики.
ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические	Реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами
	Знать психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности в экономической сфере, идентифицировать их по результатам диагностики.
	Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения.

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
риски, факторы социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики	Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках.
ПК-3 Способен создавать на основе изучаемых теорий и концепций рабочую модель предмета профессиональной деятельности	
ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы.	Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования.
	Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию
	Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий.
ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования	Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты
	Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения		
		очная		
		3 семестр (часы)		
<b>Контактная работа, в том числе:</b>	<b>64,3</b>	<b>64,3</b>		
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>				
занятия лекционного типа	32	32		
семинарско-практические занятия	32	32		
<b>Иная контактная работа:</b>				
Контроль самостоятельной работы (КСР)				
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3		
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>53</b>	<b>53</b>		
Аналитическая записка	20	20		
Реферат/ доклад (презентация)	10	10		
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка и практическим занятиям и т.д.)	23	23		
<b>Контроль:</b>	<b>26,7</b>	<b>26,7</b>		
Подготовка к экзамену	26,7	26,7		

Общая трудоемкость	час.	144	144		
	в том числе контактная работа	64.3	64.3		
	зач. ед	4	4		

## 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (очной формы обучения)

№	Наименование тем	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауди- торная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Введение	2	2			
1.	Понятие потребительского поведения и его психологические основания	12	4	2		6
2.	Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей	12	2	4		6
3.	Экономическое сознание и предпочтения потребителей	14	4	4		6
4.	Потребительская социализация и финансовое самоопределение	12	2	4		6
5.	Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие	14	4	4		6
6.	Потребительские установки и их измерение	12	2	4		6
7.	Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений	14	4	4		6
8.	Психология денег и отношение к ним. Нравственная регуляция потребительского поведения	14	4	4		6
9.	Влияние рекламы на потребительское поведение	13	4	4		5
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	117	32	32		53
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144	32	32		53

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

## 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Понятие потребительского поведения и его психологические основания	1. Потребление в современных поведенческих моделях. Характеристика потребительской активности. 2. Факторы, влияющие на покупателя. Психологически регуляторы потребительского поведения.	Блиц-опрос
2.	Индивидуально-типологический подход к	1. Характеристика социально-психологических регуляторов потребительского поведения (основанных на понимании личности и ее структуры)	Блиц-опрос

	потреблению, типы потребителей	и типологии, как в психологии личности, так и в социальной психологии).	
3.	Экономическое сознание и предпочтения потребителей	1. Подходы к пониманию экономического сознания и его структуре. 2. Изучение потребительских предпочтений в маркетинговых и психологических исследованиях. Кросс-культурные особенности.	<i>Блиц-опрос</i>
4.	Потребительская социализация и финансовое самоопределение	1. Потребительская социализация в зарубежных и отечественных психологических исследованиях.	<i>Блиц-опрос</i>
5.	Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие	1. Психологические детерминанты экономической идентичности 2. Концепция субъективного экономического благополучия.	<i>Блиц-опрос</i>
6.	Потребительские установки и их измерение	1. Одномерные и многомерные теории потребительских установок (теория субъективной ожидаемой полезности и теория «от средств к цели»)	<i>Блиц-опрос</i>
7.	Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений	1. Модели принятия решений. Типы рациональности. 2., Атрибутивный объяснительный стиль, селективность в восприятии информации и ценностно-мотивационные детерминанты в принятии решений.	<i>Блиц-опрос</i>
8.	Психология денег и отношение к ним. Нравственная регуляция потребительского поведения	1. Отношение к деньгам как психологическая категория. 2. Нравственная регуляция потребительского поведения.	<i>Блиц-опрос</i>
9.	Влияние рекламы на потребительское поведение	1. Воздействие рекламы на когнитивную, эмоциональную, личностно-мотивационную сферу и поведение потребителя). 2. Эффективность и безопасность рекламного воздействия.	<i>Блиц-опрос</i>

### 2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий	Форма текущего контроля
1.	Понятие потребительского поведения и его психологические основания	1. Социально-психологические механизмы, влияющие на потребительское поведение в различных психологических подходах. 2. Содержание и регуляция «престижного», «созидающего», «бережливого» потребления.	Доклад (презентация)
2.	Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей	2. Основные типы личности, используемые при анализе потребительского поведения (Юнг, Фром, Шостром), конституционные типологии (Кречмер, Шелдон, Личко, Леонгард), психогометрический подход, синтетический подход под рук. Зворыкина А.А., социально-психологический подход к анализу личности диспозиционная (концепция Ядова В.А.,	Вопросы. Диагностика потребительского типа.

		понимание ценностной регуляции поведения в концепции Магуна В.С.). 3. Диагностика потребительского типа.	
3.	Экономическое сознание и предпочтения потребителей	1. Отношение к собственности, себе как экономическому субъекту и условиям жизни. Диагностика и анализ рисков. 2. Механизмы формирования потребительских предпочтений. Анализ исследований.	Анализ исследований и методов (аналитическая записка)
4.	Потребительская социализация и финансовое самоопределение	1. Потребительское поведение детей, подростков и взрослых. 2. Демонстративное потребление – как социальное сравнение и компенсация (польза, риски социальных и психологических проблем, роль экономического, социального и символического).	Вопросы
5.	Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие	1. Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований). 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования)	Практическая работа
6.	Потребительские установки и их измерение	1. Использование шкалограмного анализа Гутмана и шкалы Терстоуна для измерения потребительских установок.	Практическая работа
7.	Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений	1. Жизненный стиль потребителей и сегментация потребителей по методике VALS-1 и «TGI – Russia». Потребление в интернет, измерение по методике i VALS. 2. Мотивы и ценности как основа потребительского поведения. 3. Диагностика неосознаваемых мотивов потребления с помощью проективных методов.	Практическая работа
8.	Психология денег и отношение к ним. Нравственная регуляция потребительского поведения	1. Диагностика отношения к деньгам (анализ существующих методов); 2. Анализ эмпирических исследований монетарного поведения.	Практическая работа (аналитическая записка)
9.	Влияние рекламы на потребительское поведение	1. Механизмы и методы рекламного воздействия. 2. Эффективность и безопасность рекламного воздействия.	Анализ кейсов и опыта исследования

При изучении дисциплины частично могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

### 2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

### 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Доклад (презентация)	Комплект методических материалов, разработанный на кафедре социальной психологии и социологии управления от 26 апреля 2021 г., протокол №11.
2	Аналитическая записка	Комплект методических материалов, разработанный на кафедре социальной психологии и социологии управления от 26 апреля 2021 г., протокол №11.
3	Организация самостоятельной работы	Комплект методических материалов, разработанный на кафедре социальной психологии и социологии управления от 26 апреля 2021 г., протокол №11.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)**

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, анализ научной литературы и опыта эмпирических исследований, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (разбора конкретных ситуаций, выполнения практических заданий, связанных с самоанализом, диагностикой и созданием портретов, описанием типов и участием в демонстрациях использования фокус-группы) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

### **10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**



Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Психология потребительского поведения».

Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме блиц-опросов, доклада (презентации), практических заданий, аналитических записов на основании использования психодиагностических и других измерительных процедур, выполнения заданий по анализу эмпирических исследований. и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.1 Определяет, предмет и задачи диагностики.	Знать подходы к изучению психологии потребительского поведения, представления о детерминантах, и индивидуальной вариативности. Опираясь на структуру предмета, определять задачи диагностики с учетом индивидуально-типологических особенностей, факторов риска, принадлежности к разным социальным группам	Контрольные вопросы/ Диагностика потребительского типа (Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей)  Тема 5: 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований). Тема 5: 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования)	Контрольные вопросы: 7,8, 11,-14, 19,20, 23
2	ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики	Знать стандартные требования к использованию психодиагностического инструментария и перечень методов диагностики факторов и особенностей потребительского поведения. Соотносить проблему и инструменты ее диагностики. Реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами	Анализ исследований и методов (аналитическая записка) (Тема 3: Экономическое сознание и предпочтения потребителей). Тема 5: 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований). Тема 5: 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования). Тема 6: Потребительские установки и их измерение  Тема 8: анализ рекламы	
3	ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое	Знать психологические риски, факторы социальной и психологической	Анализ исследований и методов (аналитическая записка) (Тема 3: Экономическое сознание и	

	<p>заключение или психологический портрет, оценивает психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики</p>	<p>напряженности в экономической сфере, идентифицировать их по результатам диагностики. Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения. Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках.</p>	<p>предпочтения потребителей). Тема 5: 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований). Тема 5: 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования). Тема 6: Потребительские установки и их измерение Тема 7: Задания 1-5. Тема 8: анализ рекламы</p>	
4	<p>ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы.</p>	<p>Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования. Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию. Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий.</p>	<p>Доклад (презентация) (Тема 1: Понятие потребительского поведения и его психологические основания). Контрольные вопросы/ Диагностика потребительского типа (Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей). Вопросы: Тема 4: Потребительская социализация и финансовое самоопределение</p>	<p>Контрольные вопросы: 1-6, 8-10,15-18,20-23</p>
5	<p>ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования</p>	<p>Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты. Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач</p>	<p>Контрольные вопросы/ Диагностика потребительского типа (Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей). Анализ исследований и методов (аналитическая записка) (Тема 3: Экономическое сознание и предпочтения потребителей). Вопросы: Тема 4: Потребительская социализация и финансовое самоопределение</p>	

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**  
**Примерный перечень вопросов и заданий**

Доклад (презентация)

**Тема 1: Понятие потребительского поведения и его психологические основания**

**Индикаторы компетенций и результаты обучения:**

ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы (Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования. Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию. Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий)

Темы:

1. Зарубежные теории в понимании потребительского поведения.
2. Деятельности подход в понимании потребительского поведения.
3. Потребление в «премодерне», «модерне» и «постмодерне».
4. Вклад экономистов в понимание потребительского поведения (классические и современные исследования)

**Критерии оценки:** полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с целью анализа предмета исследования)

**Шкала:** 2 балла – развернутый ответ, представлен анализ различных теорий и позиций, проводится сравнение, осуществляется анализ предмета исследования; 1 – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.

**Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей**

**Индикаторы компетенций и результаты обучения:**

ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы (Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования. Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию. Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий).

ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования (Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты. Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач)

ИПК-2.1 Определяет, предмет и задачи диагностики (Знать подходы к изучению психологии потребительского поведения, представления о детерминантах, и индивидуальной вариативности. Опираясь на структуру предмета, определять задачи диагностики с учетом индивидуально-типологических особенностей, факторов риска, принадлежности к разным социальным группам)

**1. Вопросы.**

Сравните психологические основания для типологии потребителей в психологических подходах.

Основные типы личности, используемые при анализе потребительского поведения (Юнг, Фром, Шостром),

Конституционные типологии (Кречмер, Шелдон, Личко, Леонгард),

Психогеометрический подход, синтетический подход под рук. Зворыкина А.А.,

Социально-психологический подход к анализу личности диспозиционная (концепция Ядова В.А., Понимание ценностной регуляции поведения в концепции Магуна В.С.)

Назовите и характеризуйте известные типологии потребителей (одну на выбор).

**2. Диагностика потребительского типа.**

Диагностика потребительского типа, сопоставление с характеристиками типов в рамках теории Леонгарда-Шмишека.

**Критерии оценки:** полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с целью анализа предмета исследования, сопоставление психологических и непсихологических детерминант).

**Шкала:** 2 балла – развернутый ответ, представлен анализа разных теорий и позиций, проводится сравнение, осуществляется анализ предмета исследования; 1 – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.

### **Тема 3: Экономическое сознание и предпочтения потребителей**

#### **Индикаторы компетенций и результаты обучения:**

ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования (Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты. Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач).

ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Знать стандартные требования к использованию психодиагностического инструментария и перечень методов диагностики факторов и особенностей потребительского поведения. Может соотносить проблему и инструменты ее диагностики).

ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики (Знать психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности в экономической сфере, идентифицировать их по результатам диагностики. Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения)

#### **Анализ исследований и методов (аналитическая записка)**

1. Приведите понятие экономического сознания. Сравните их.
2. Опишите структуру экономического сознания. Как представления о себе, как экономическом субъекте влияют на поведение.
3. Что такое потребительские предпочтения и как они формируются (стадии). Приведите примеры устойчивых социально-психологических характеристик предпочтений (Посыпанова)

**Критерии оценки:** полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с целью анализа предмета исследования и анализа методов его исследования)

**Шкала:** 2 балла – развернутый ответ, представлен анализа разных теорий и позиций, проводится анализ методов предмета исследования (соотносит проблему и методы ее диагностики); 1 балл – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.

### **Тема 4: Потребительская социализация и финансовое самоопределение**

#### **Индикаторы компетенций и результаты обучения:**

ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы (Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования. Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию. Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий).

ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования (Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты.

Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач)

### **Вопросы**

- 1 Потребительское поведение детей, подростков и взрослых. Приведите примеры и сравните.
2. Демонстративное потребление – как социальное сравнение и компенсация (польза, риски социальных и психологических проблем, роль экономического, социального и символического).

**Критерии оценки:** полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с целью анализа предмета исследования, сопоставление психологических и непсихологических детерминант).

**Шкала:** 2 балла – развернутый ответ, представлен анализ разных теорий и позиций, проводится сравнение, осуществляется анализ предмета исследования; 1 – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.

### **Тема 5: Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие**

ИПК-2.1 Определяет, предмет и задачи диагностики (Опираясь на структуру предмета, определять задачи диагностики с учетом индивидуально-типологических особенностей, факторов риска, принадлежности к разным социальным группам)

ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Соотносить проблему и инструменты ее диагностики. Реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами)

ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики (Знать психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности в экономической сфере, идентифицировать их по результатам диагностики. Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения. Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках).

#### **1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований).**

Использование методики диагностики субъективного экономического благополучия (Хашченко), в дополнении с методиками качества жизни (Водошняновой Н.Е.).

Предлагается провести самообследование, описать результаты и написать заключение о рисках факторы социальной и психологической напряженности в сфере потребления.

#### **2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования)**

Студентам предлагаются отрывки из индивидуальных интервью, проведенных в исследовании, посвященном психологическим детерминантам финансового стресса и стратегиям его преодоления (предоставляет преподаватель). Предлагается проанализировать текст и выделить психологическое содержание ситуации, психологические предпосылки, психологические механизмы преодоления стресса. В результате представляется краткая аналитическая записка и проводится сопоставление с результатами реального исследования.

**Критерии оценки:** анализ и обобщение научной информации, описание данных, обобщение, оценка психологических рисков, факторов социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики

**Шкала:** 2 балла – проводится анализ методов предмета исследования (соотносит проблему и методы ее диагностики), описывает, интерпретирует полученные данные, обобщает с точки зрения психологических рисков, факторов социальной и психологической напряженности; 1 балл – собран и описан диагностический материал, представлены краткие интерпретации; 0 – работа не

выполнена, представленный текст содержит только краткий результат диагностики (констатация фактов).

## **Тема 6: Потребительские установки и их измерение**

### **Индикаторы компетенций и результаты обучения:**

ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Может реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами).

ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические (Может выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения).

Использование шкалы равнокажущихся интервалов Терстоуна для измерения потребительских установок; составление и проверка качества шкалы для измерения потребительских установок с помощью шкаллограмного анализа Гуттмана.

Измерительные процедуры используются на практическом занятии, результаты оформляются самостоятельно и представляются в виде краткой аналитической записки.

**Критерии оценки:** анализ и обобщение научной информации, описание данных, участие в процедуре

**Шкала:** 2 балла – проводится анализ методов предмета исследования (соотносит проблему и методы ее диагностики), описывает процедуру и ее результат, принимал участие в процедуре; 1 балл – описана процедура и ее результат; 0 – работа не выполнена, представленный текст содержит только описание процедуры (метода)

## **Тема 7: Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений**

### **Индикаторы компетенций и результаты обучения:**

ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические (Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения. Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках).

### **Задание 1 практическое:**

Создание описания портрета потребителя (на примере одного типа услуг).

На основе проведенных диагностических мероприятий и анализа потребительских установок, студенту предлагается описать собственный портрет как потребителя одного типа услуг или товаров.

Описание портрета проводится по следующей схеме: 1) социально-демографические характеристики, образ жизни; 2) основные источники дохода и приоритеты в потреблении, основная стратегия; 3) базовые ценности; 4) текущие (ситуативные, важные) обстоятельства.

### **Задание 2:**

Представленные портреты в рандомном порядке раздаются студентам и предлагается выполнить следующее задание:

Составьте представленный портрет с типом потребителей, выделенным по методике TGI и соотнесите с психотипами потребителей по американской методике VALS.

Дайте описание из методики и обоснуйте свой выбор.

### **Задание 3:**

1. Опишите свой портрет как пользователя Интернета по следующим признакам: – основные потребности, выгоды, ценности, которые вы хотите получить от работы на компьютере и пользования ресурсами Интернет; – демографические характеристики: пол; возраст; уровень

дохода по категориям («низкий», «средний», «высокий»); род занятий; – степень активности, творчества, технической и функциональной грамотности в Сети.

2. Соотнесите описание своего портрета с описанием портретов интернет-пользователей, представленных в табл. 6.3 «Психографическая сегментация потребителей – пользователей Internet по методике iVALS». Определите, к какому типу потребителей-пользователей сети Интернет Вы относитесь.

3. Сформулируйте риски, трудности и перспективы, связанные с психологическим благополучием, на основании психографических характеристик потребителя и описания его портрета (по Тимохиной).

#### **Задание 4:**

Предварительно самостоятельно предлагается собрать в качестве примеров 5-10 слоганов различных компаний. Составить таблицу из 2 столбцов, где в первом столбце расположить список найденных слоганов (с указанием фирмы, которая его использует), а во втором столбце написать мотивы, соотнося их с теориями мотивации, к которым, по-вашему, апеллируют данные слоганы.

#### **Задание 5:**

Используя результаты диагностик мотивации (методика Херцберга) и методики мотивации обучения в вузе, рисуночных методик, сформулируйте основные аргументы, которые могут быть использованы для привлечения студентов поступать в вуз. Необходимо обосновать аргументы результатами диагностики.

**Критерии оценки (оценивается каждое задание 1-5 по отдельности):** анализ и обобщение научной информации, описание данных, участие в процедуре

**Шкала:** 2 балла – представлен развернутый портрет по установленным параметрам, принимал участие в процедуре, представлено обоснование своих заключений; 1 балл – представлен краткий портрет, заключение краткое; 0 – работа не выполнена.

### **Тема 8: Влияние рекламы на потребительское поведение**

#### **Индикаторы компетенций и результаты обучения:**

ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Соотносить проблему и инструменты ее диагностики.)

ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические (Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения. Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках).

Практическое занятие: участие

Анализ восприятия коммерческой и социальной рекламы (опыт участия в фокус-группе и представление результатов психологического исследования).

**Критерии оценки:** участие в процедуре и обсуждении ее результатов

**Шкала:** 2 балла – участвовал в процедуре, анализировал возможности метода и валидность его результатов, 1 балл – участвовал в процедуре, отвечает на вопросы о возможностях метода; 0 – работа не выполнена, в процедуре участия не принимал.

Максимальное количество баллов за выполненные работы – 26. Минимально допустимое для прохождения промежуточно аттестации – 20 (80%).

### **Экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)**

#### **Список вопросов для подготовки к экзамену**

1 Характеризуйте социально-психологические механизмы, влияющие на потребительское поведение в различных психологических подходах.

2 Содержание и регуляция «престижного», «созидающего», «бережливого» потребления.

- 3 Сравните экономические и психологические теории потребления. Как соотносятся экономические, психологические и социальные факторы.
- 4 Основные типы личности, используемые при анализе потребительского поведения (Юнг, Фром, Шостром), конституционные типологии (Кречмер, Шелдон, Личко, Леонгард), психогеометрический подход, синтетический подход под рук. Зворыкина А.А., социально-психологический подход к анализу личности диспозиционная (концепция Ядова В.А., понимание ценностной регуляции поведения в концепции Магуна В.С.).
- 5 Какие типологии потребителей вы знаете? Характеризуйте выделенные типы.
- 6 Характеризуйте структуру экономического сознания, как эти идеи помогают понять потребительское поведение?
- 7 Отношение к собственности, себе как экономическому субъекту и условиям жизни. Диагностика и анализ рисков.
- 8 Механизмы формирования потребительских предпочтений. Приведите примеры исследований.
- 9 Потребительское поведение детей, подростков и взрослых. Приведите примеры и сравните.
- 10 Демонстративное потребление – как социальное сравнение и компенсация (польза, риски социальных и психологических проблем, роль экономического, социального и символического).
- 11 Структура и измерение субъективного экономического благополучия. Приведите примеры исследований в которых используется данный конструкт, как он связан с потреблением.
- 12 Финансовый стресс, стратегии его преодоления. Какими факторами определяется потребительское поведение в ситуации неопределённости или трудной жизненной ситуации.
- 13 Какие инструменты используются для измерения потребительских установок?
- 14 Как можно модифицировать инструмент применительно в своему предмету исследования?
- 15 Какие аспекты когнитивной сферы влияют на принятие решений? Что такое «селективность восприятия»?
- 16 Жизненный стиль потребителей и сегментация потребителей по методике VALS-1 и «TGI – Russia». Потребление в интернет, измерение по методике i VALS.
- 17 Характеризуйте мотивы и их влияние на потребление (используйте объяснительные механизмы и классификации в теориях А.Маслоу, Д.Мак-Клеланда, Ф.Херцберга)
- 18 Что такое мотивационные конфликты (опишите содержание, разновидности и прикладное значение)
- 19 Какие существуют методы диагностики отношения к деньгам? Какие современные феномены появились, в связи с трансформацией платежных средств?
- 20 Какие психологические исследования демонстрируют отношение к деньгам, детерминанты монетарного поведения и трансформации потребительского поведения в современном мире?
- 21 Характеризуйте основные механизмы и методы рекламного воздействия.
- 22 Каким психологическими закономерностями и психологически регуляторами можно обеспечить эффективность и безопасность рекламного воздействия.
- 23 Чем отличается коммерческая и социальная реклама в восприятии потребителя? Как это влияет на ее эффективность?

### **Критерии оценивания результатов обучения**

<i>Оценка</i>	<i>Критерии оценивания по экзамену</i>
<i>Высокий</i>	<i>оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания,</i>



<i>уровень «5» (отлично)</i>	<i>умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.</i>
<i>Средний уровень «4» (хорошо)</i>	<i>оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.</i>
<i>Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)</i>	<i>оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.</i>
<i>Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)</i>	<i>оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.</i>

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

## **5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий**

### **5.1. Учебная литература**

1 Психология бизнеса : учебник для магистров / Н. Л. Иванова [и др.] ; под общей редакцией Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 509 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-2972-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425882>

2 Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей / О. С. Посыпанова. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 454 с. : ил. – – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142293>

3 Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : [16+] / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089>

4 Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие : [16+] / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина ; Сочинский государственный университет. – Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. – 106 с. : ил., табл. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618134>

Вспомогательные учебные издания:

Багоцци, Ричард П. Социальная психология потребителя : [учебное пособие для студентов вузов] / Р. П. Багоцци, Ц. Герхан-Канли, Й. Р. Пристер ; [пер. с англ. А. В. Александровой, С. А. Семеновой ; науч. ред. рус. текста Т. В. Фоломеева]. - М. : Академия, 2008. - 270 с. : ил. - Библиогр. в конце глав. - Библиогр. : с. 227-269. - ISBN 9785769547553

Посыпанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей/ Монография. – Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. – 296 с. <http://www.aup.ru/books/m245> (открытый доступ)

Беквит, Гарри. Без раздумий: скрытые силы, заставляющие нас покупать = Unthinking: the surprising forces behind what we buy / Г. Беквит ; пер. с англ. [М. Десятова ; ред. Н. Нарциссова]. - М. : Альпина Паблишерз, 2011. - 230 с. - Библиогр.: с. 219-224. - ISBN 9785961415858. - ISBN 9780446564144

Журавлев, Анатолий Лактионович. Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования / А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко ; Рос. акад. наук, Ин-т психологии. - М. : Ин-т психологии РАН, 2007. - 479 с. : ил. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 9785927001064

Дейнека, Ольга Сергеевна. **Экономическая психология** : учебное пособие для студентов / С.-Петерб. гос. ун-т, Эконом. фак. - СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. - 158 с. : ил. - ISBN 5288026866

Энджел, Джеймс Ф. **Поведение** потребителей / Д. Ф. Энджел ; пер. с англ. Т. Принцева и др. ; гл. ред. В. Усманов ; под ред. Л. Волковой. - СПб. [и др.] : Питер, 1999. - 759 с. - (Теория и практика менеджмента). - ISBN 5314000938. - ISBN 0030984645

Теория потребительского поведения и спроса / сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. - СПб. : Экономическая школа, 1993. - 380 с. : ил. - (Библиотека "Экономическая школа". Вехи экономической мысли ; Вып. 1). - Библиогр. в конце ст. - ISBN 5900428028

## 5.2. Периодическая литература

Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>

Южно-российский журнал социальных наук <https://journalsr.kubsu.ru/>

Вопросы психологии <http://www.voppsy.ru/> .

Вестник МГУ. Серия: Психология <http://msupsyj.ru/> .

Психологический журнал [http://www.ipras.ru/cntnt/rus/institut\\_p/psihologic.html](http://www.ipras.ru/cntnt/rus/institut_p/psihologic.html) .

Национальный психологический журнал <http://npsyj.ru/>

**5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

**Электронно-библиотечные системы (ЭБС):**

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)

3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

#### Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
4. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
5. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
6. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
7. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

#### Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

#### Ресурсы свободного доступа:

1. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
2. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
7. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
8. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
9. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety)

#### Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

##### КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

#### 6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

##### Методические рекомендации по выполнению работ для текущего контроля.

##### Общий список контрольных работ (результатов обучения, критериев оценки и оценочных шкал.

Название темы и работы	Индикаторы и результаты обучения	Критерии оценки и шкала
Доклад (презентация) Тема 1: Понятие потребительского	ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы	Критерии оценки: полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с

поведения и его психологические основания	(Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования. Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию. Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий)	целью анализа предмета исследования) Шкала: 2 балла – развернутый ответ, представлен анализ разных теорий и позиций, проводится сравнение, осуществляется анализ предмета исследования; 1 – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.
Контрольные вопросы/ Диагностика потребительского типа Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей	ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы (Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования. Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию. Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий). ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования (Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты. Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач) ИПК-2.1 Определяет, предмет и задачи диагностики (Знать подходы к изучению психологии потребительского поведения, представления о детерминантах, и индивидуальной вариативности. Опираясь на структуру предмета, определять задачи диагностики с учетом индивидуально-типологических особенностей, факторов риска, принадлежности к разным социальным группам)	Критерии оценки: полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с целью анализа предмета исследования, сопоставление психологических и непсихологических детерминант).  Шкала: 2 балла – развернутый ответ, представлен анализ разных теорий и позиций, проводится сравнение, осуществляется анализ предмета исследования; 1 – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.
Тема 3: Экономическое сознание и предпочтения потребителей Анализ исследований и методов (аналитическая записка)	ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования (Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты. Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач). ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы	Критерии оценки: полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с целью анализа предмета исследования и анализа методов его исследования) Шкала: 2 балла – развернутый ответ, представлен анализ разных теорий и позиций, проводится анализ методов предмета исследования (соотносит проблему и методы ее диагностики); 1 балл – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не

	<p>диагностики, реализует процедуру диагностики (Знать стандартные требования к использованию психодиагностического инструментария и перечень методов диагностики факторов и особенностей потребительского поведения. Может соотносить проблему и инструменты ее диагностики).</p> <p>ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики (Знать психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности в экономической сфере, идентифицировать их по результатам диагностики. Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения)</p>	<p>выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.</p>
<p>Тема 4: Потребительская социализация и финансовое самоопределение</p>	<p>ИПК-3.1 Обосновывает выбор теорий, концепций, моделей для решения исследуемой проблемы (Знает правила и тактики работы с научной информацией, последовательность действий при формулировке проблемы исследования. Умеет самостоятельно подбирать, анализировать, систематизировать, обобщать научную информацию. Выделяет проблему и анализирует возможности для ее разрешения в рамках существующих подходов и теорий).</p> <p>ИПК-3.2 Формулирует и обосновывает предмет исследования (Знает психологическое содержание потребительского поведения, сопоставляет психологические и непсихологические детерминанты. Обосновывает выбор концепции (теории, теоретических предпосылок) для решения научных и практических задач)</p>	<p>Критерии оценки: полнота ответа на вопрос, анализ и обобщение научной информации, сравнение теорий с целью анализа предмета исследования, сопоставление психологических и непсихологических детерминант).</p> <p>Шкала: 2 балла – развернутый ответ, представлен анализ разных теорий и позиций, проводится сравнение, осуществляется анализ предмета исследования; 1 – собран и описан материал для ответа на вопрос; 0 – работа не выполнена, представленный текст не соответствует правилам работы с научной информацией.</p>
<p>Тема 5: Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие 1.Измерение</p>	<p>ИПК-2.1 Определяет, предмет и задачи диагностики (Опираясь на структуру предмета, определять задачи диагностики с учетом индивидуально-типологических особенностей, факторов риска, принадлежности к разным социальным группам)</p> <p>ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы</p>	<p>Критерии оценки: анализ и обобщение научной информации, описание данных, обобщение, оценка психологических рисков, факторов социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики</p> <p>Шкала: 2 балла – проводится анализ методов предмета исследования (соотносит проблему и методы ее</p>

<p>субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований). 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования)</p>	<p>диагностики, реализует процедуру диагностики (Соотносить проблему и инструменты ее диагностики. Реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами) ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики (Знать психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности в экономической сфере, идентифицировать их по результатам диагностики. Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения. Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках).</p>	<p>диагностики), описывает, интерпретирует полученные данные, обобщает с точки зрения психологических рисков, факторов социальной и психологической напряженности; 1 балл – собран и описан диагностический материал, представлены краткие интерпретации; 0 – работа не выполнена, представленный текст содержит только краткий результат диагностики (констатация фактов).</p>
<p>Тема 6: Потребительские установки и их измерение</p>	<p>ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Может реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами). ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические (Может выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения).</p>	<p>Критерии оценки: анализ и обобщение научной информации, описание данных, участие в процедуре Шкала: 2 балла – проводится анализ методов предмета исследования (соотносит проблему и методы ее диагностики), описывает процедуру и ее результат, принимал участие в процедуре; 1 балл – описана процедура и ее результат; 0 – работа не выполнена, представленный текст содержит только описание процедуры (метода)</p>
<p>Тема 7: Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений Задание 1-5</p>	<p>ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические (Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения. Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках).</p>	<p>Критерии оценки (оценивается каждое задание 1-5 по отдельности): анализ и обобщение научной информации, описание данных, участие в процедуре Шкала: 2 балла – представлен развернутый портрет по установленным параметрам, принимал участие в процедуре, представлено обоснование своих заключений; 1 балл – представлен краткий портрет, заключение краткое; 0 – работа не выполнена.</p>
<p>Тема 8: Влияние рекламы на потребительское поведение</p>	<p>ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Соотносить проблему и инструменты ее диагностики.) ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит</p>	<p>Критерии оценки: участие в процедуре и обсуждении ее результатов Шкала: 2 балла – участвовал в процедуре, анализировал возможности метода и валидность его результатов, 1 балл – участвовал в процедуре, отвечает на вопросы о возможностях</p>

	психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические (Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения. Обобщать результаты обследования, давать заключение о состоянии и рисках).	метода; 0 – работа не выполнена, в процедуре участия не принимал.
Итого максимально:		26 баллов

**Аналитическая записка по результатам психодиагностики** (исследования проблемы).

В процессе текущего контроля предполагается выполнение работ в результате которых представляется аналитическая записка по результатам самообследования или применения диагностических инструментов (других измерительных процедур).

Аналитическая записка представляет собой текст, который должен содержать следующие структурные элементы:

- введение (включает в себя формулировку темы; постановку проблемы, которую будете решать, перечисление задач и методов их решения);

- основная часть (обоснование выбора методов, описание критериев выборки, описание выборки и предполагаемых способов ее достижения, краткое описание методик и параметров получаемых с помощью них результатов. Далее описываются результаты, даются их интерпретации и формулируются предположения о динамике.

- заключение. Здесь делаются обобщения и формулируются направления возможной профилактики и/или психологической помощи данному человеку. Описываются затруднения по освоению методов и выполняемой работы. Формулируются перспективы дальнейшей работы с данным человеком (группой людей). В заключении делается общий вывод о наличии рисков социальной и психической напряженности, проблем функционирования личности (группы) с учетом имеющихся особенностей.

В процессе интерпретации данных рекомендуется использовать сопоставление полученных данных с имеющимися данные в научной литературе. Например, рекомендуется подобрать 1-2 статьи с результатами эмпирических исследований с использованием данных методик и попытаться соотнести их. Также соотнести результаты с теоретическим положениями о изучаемом феномене.

### **Пример портрета для использования в задании по соотнесению в типом потребителя (к теме 7)**

Портрет 1 Андрей Никитович был высококлассным специалистом в области квантовой физики, возглавлял соответствующее подразделение в научно-исследовательском институте. Об этом человеке вполне можно было сказать, что свою жизнь он посвятил науке. Он был уже немолод, одинок. Всю свою жизнь Андрей Никитович прожил в коммунальной квартире. Однако жилищная необустроенность, не первой свежести обои и давно устаревшая мебель его не тяготили. На свою довольно-таки приличную зарплату он покупал научную литературу, а оставшуюся часть довольно безалаберно, безо всякого учета расходов тратил на то, что ему казалось важным в данный момент. Он мог купить несуразный, страшно дорогой костюм для выступления на конференции, участием которого впоследствии было прозябать невостребованным на вешалке в шкафу. С потрясающей непрактичностью Андрей Никитович решал бытовые вопросы, однако когда дело касалось науки, он перевоплощался (приводится по Тимохиной Г.С.).

Соотнесение вопросов для подготовки к промежуточной аттестации с темами  
дисциплины

№	Наименование раздела (темы)	Контрольные вопросы
	Понятие потребительского поведения и его психологические основания	<p>1 Характеризуйте социально-психологические механизмы, влияющие на потребительское поведение в различных психологических подходах.</p> <p>2 Содержание и регуляция «престижного», «созидающего», «бережливого» потребления.</p> <p>3 Сравните экономические и психологические теории потребления. Как соотносятся экономические, психологические и социальные факторы.</p>
	Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей	<p>4 Основные типы личности, используемые при анализе потребительского поведения (Юнг, Фром, Шостром), конституционные типологии (Кречмер, Шелдон, Личко, Леонгард), психометрический подход, синтетический подход под рук. Зворыкина А.А., социально-психологический подход к анализу личности диспозиционная (концепция Ядова В.А., понимание ценностной регуляции поведения в концепции Магуна В.С.).</p> <p>5 Какие типологии потребителей вы знаете? Характеризуйте выделенные типы.</p>
	Экономическое сознание и предпочтения потребителей	<p>6 Характеризуйте структуру экономического сознания, как эти идеи помогают понять потребительское поведение?</p> <p>7 Отношение к собственности, себе как экономическому субъекту и условиям жизни. Диагностика и анализ рисков.</p> <p>8 Механизмы формирования потребительских предпочтений. Приведите примеры исследований.</p>
	Потребительская социализация и финансовое самоопределение	<p>9 Потребительское поведение детей, подростков и взрослых. Приведите примеры и сравните.</p> <p>10 Демонстративное потребление – как социальное сравнение и компенсация (польза, риски социальных и психологических проблем, роль экономического, социального и символического).</p>
	Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие	<p>11 Структура и измерение субъективного экономического благополучия. Приведите примеры исследований в которых используется данный конструкт, как он связан с потреблением.</p> <p>12 Финансовый стресс, стратегии его преодоления. Какими факторами определяется потребительское поведение в ситуации неопределённости или трудной жизненной ситуации.</p>
	Потребительские установки и их измерение	<p>13 Какие инструменты используются для измерения потребительских установок?</p> <p>14 Как можно модифицировать инструмент применительно в своему предмету исследования?</p>
	Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений	<p>15 Какие аспекты когнитивной сферы влияют на принятие решений? Что такое «селективность восприятия»?</p> <p>16 Жизненный стиль потребителей и сегментация потребителей по методике VALS-1 и «TGI – Russia». Потребление в интернет, измерение по методике i VALS.</p> <p>17 Характеризуйте мотивы и их влияние на потребление (используйте объяснительные механизмы и классификации в теориях А.Маслоу, Д.Мак-Клеланда, Ф.Херцберга)</p> <p>18 Что такое мотивационные конфликты (опишите содержание, разновидности и прикладное значение)</p>
	Психология денег и	<p>19 Какие существуют методы диагностики отношения к деньгам?</p>



	отношение к ним. Нравственная регуляция потребительского поведения	Какие современные феномены появились, в связи с трансформацией платежных средств? 20 Какие психологические исследования демонстрируют отношение к деньгам, детерминанты монетарного поведения и трансформации потребительского поведения в современном мире?
	Влияние рекламы на потребительское поведение	21 Характеризуйте основные механизмы и методы рекламного воздействия. 22 Каким психологическими закономерностями и психологическими регуляторами можно обеспечить эффективность и безопасность рекламного воздействия. 23 Чем отличается коммерческая и социальная реклама в восприятии потребителя? Как это влияет на ее эффективность?

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## 7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	24 посадочных мест; оснащена следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, ПК со специализированным ПО Возможно использование портативного мультимедийного оборудования (мультимедийный проектор, ноутбук, аудиокolonки, микрофон). На ноутбуке установлено программное обеспечение	Офисное ПО: операционная система MS Windows 10, офисный пакет MS Office, антивирусное ПО Kaspersky. Оборудование: Аппаратно-программный психодиагностический комплекс Мультипсихометр; Аппаратурно-программный комплекс «Активациометр АЦ-9К»; Аппаратурная методика "Арка".
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	24 посадочных мест; оснащена следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, ПК со специализированным ПО Возможно использование портативного мультимедийного оборудования (мультимедийный проектор, ноутбук, аудиокolonки, микрофон). На ноутбуке установлено программное обеспечение	Офисное ПО: операционная система MS Windows 10, офисный пакет MS Office, антивирусное ПО Kaspersky. Оборудование: Аппаратно-программный психодиагностический комплекс Мультипсихометр; Аппаратурно-программный комплекс «Активациометр АЦ-9К»; Аппаратурная методика "Арка".

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	<p>Мебель: учебная мебель</p> <p>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы</p> <p>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.415Н)	<p>18 посадочных мест, 8 рабочих позиций (терминальные станции); оснащено следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, персональные компьютеры (терминальные станции).</p> <p>На ПК установлено следующее программное обеспечение. Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет</p>	<p>Офисное ПО: операционная система MS Windows Server, офисный пакет MS Office, антивирусное ПО Kaspersky, Правовая база ГАРАНТ, 1С Предприятие</p>