

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 Т.А.  
подпись  
«26» мая 2023 г.

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

|                          |                                                                        |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Направление подготовки   | 37.04.01 Психология                                                    |
| Направленность (профиль) | Психология профессиональной деятельности<br>и экономическая психология |
| Форма обучения           | очная                                                                  |
| Квалификация             | магистр                                                                |

Краснодар 2023

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 «15» апреля 2023 г.

Заведующий кафедрой Педанова Е.Ю.  
фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 4, от «17» апреля 2023 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.                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | Реализовывать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами                                                                                                 |
| ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические                                                                                                                                       | 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<br>трудоемкость | час.                                | 144  | 144  |  |  |
|                       | в том числе<br>контактная<br>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-<br>торная<br>работа<br>СРС |
|    |                                                                                                                                    |                  | 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                                   |
|    | <b>ИТОГО по разделам дисциплины</b>                                                                                                | <b>117</b>       | <b>32</b>         | <b>32</b> |    | <b>53</b>                           |
|    | 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.<br>2. Фатторы, 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.<br>2. Изучение потребительских предпочтений в маркетинговых и психологических исследованиях. Кросс-культурные особенности.  | Блиц-опрос |
| 4. | Потребительская социализация и финансовое самоопределение                                                                          | 1. Потребительская социализация в зарубежных и отечественных психологических исследованиях.                                                                                                 | Блиц-опрос |
| 5. | Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие | 1. Психологические детерминанты экономической идентичности<br>2. Концепция субъективного экономического благополучия.                                                                       | Блиц-опрос |
| 6. | Потребительские установки и их измерение                                                                                           | 1. Одномерные и многомерные теории потребительских установок (теория субъективной ожидаемой полезности и теория «от средств к цели»)                                                        | Блиц-опрос |
| 7. | Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений                       | 1. Модели принятия решений. Типы рациональности.<br>2., Атрибутивный объяснительный стиль, селективность в восприятии информации и ценностно-мотивационные детерминанты в принятии решений. | Блиц-опрос |
| 8. | Психология денег и отношение к ним. Нравственная регуляция потребительского поведения                                              | 1. Отношение к деньгам как психологическая категория.<br>2. Нравственная регуляция потребительского поведения.                                                                              | Блиц-опрос |
| 9. | Влияние рекламы на потребительское поведение                                                                                       | 1. Воздействие рекламы на когнитивную, эмоциональную, личностно-мотивационную сферу и поведение потребителя).<br>2. Эффективность и безопасность рекламного воздействия.                    | Блиц-опрос |

### 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.<br>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), психогеометрический 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.).<br>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.<br>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.<br>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).<br>2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования)                                                                                                                          | Практическая работа                                   |
| 6. | Потребительские установки и их измерение                                                                                           | 1. Использование шкалограммного 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.<br>2. Мотивы и ценности как основа потребительского поведения.<br>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);<br>2. Анализ эмпирических исследований монетарного поведения.                                                                                                                                                                          | Практическая работа (аналитическая записка)           |
| 9. | Влияние рекламы на потребительское поведение                                                                                       | 1. Механизмы и методы рекламного воздействия.<br>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)<br><br>Тема 5: 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований).<br>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).<br>Тема 5: 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований).<br>Тема 5: 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования).<br>Тема 6: Потребительские установки и их измерение<br><br>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).<br/>Тема 5: 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований).<br/>Тема 5: 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования).<br/>Тема 6: Потребительские установки и их измерение<br/>Тема 7: Задания 1-5.<br/>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).<br/>Контрольные вопросы/ Диагностика потребительского типа (Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей).<br/><br/>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).<br/><br/>Анализ исследований и методов (аналитическая записка) (Тема 3: Экономическое сознание и предпочтения потребителей).<br/>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 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 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), Психогометрический 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 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**

#### **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 (Посьпанова)

**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 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 (Водопьяновой 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 шкалограммного 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 randomном порядке раздаются студентам и предлагается выполнить следующее задание:

Сопоставьте 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 кампаний. 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 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?

#### **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»<br/>(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<br/>уровень «4»<br/>(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<br/>уровень «3»<br/>(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<br/>уровень «2»<br/>(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](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://msupsy.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. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
3. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
4. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
5. 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)<br>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)<br>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/<br>Диагностика<br>потребительского типа<br>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).<br>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)<br>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).<br><br>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<br>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).<br>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)<br>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<br/>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>                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований).<br>2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования) | диагностики, реализует процедуру диагностики (Соотносить проблему и инструменты ее диагностики. Реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами)<br>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). | 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                                                                                                                   | ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Может реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами).<br>ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое заключение или психологический портрет, оценивает психологические (Может выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Критерии оценки: анализ и обобщение научной информации, описание данных, участие в процедуре<br>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<br>Задание 1-5                                | 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).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Критерии оценки (оценивается каждое задание 1-5 по отдельности): анализ и обобщение научной информации, описание данных, участие в процедуре<br>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                                                                                                               | ИПК-2.2 Подбирает соответствующие задаче методы диагностики, реализует процедуру диагностики (Соотносить проблему и инструменты ее диагностики.)<br>ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Критерии оценки: участие в процедуре и обсуждении ее результатов<br>Шкала: 2 балла – участвовал в процедуре, анализировал возможности метода и валидность его результатов, 1 балл – участвовал в процедуре, отвечает на вопросы о возможностях                                                                                                                                                                        |

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                   |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|                    | 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), 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.).</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.<br>Нравственная<br>регуляция<br>потребительского<br>поведения | Какие современные феномены появились, в связи с трансформацией платежных средств?<br>20 Какие психологические исследования демонстрируют отношение к деньгам, детерминанты монетарного поведения и трансформации потребительского поведения в современном мире?                                                                              |
| Влияние рекламы на<br>потребительское<br>поведение                             | 21 Характеризуйте основные механизмы и методы рекламного воздействия.<br>22 Каким психологическими закономерностями и психологически регуляторами можно обеспечить эффективность и безопасность рекламного воздействия.<br>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) | Мебель: учебная мебель<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br>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) |                                                                                                                                              |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.415Н)                         | 18 посадочных мест, 8 рабочих позиций (терминальные станции); оснащено следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, персональные компьютеры (терминальные станции).<br>На ПК установлено следующее программное обеспечение. Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет                                                                                                       | Офисное ПО: операционная система MS Windows Server, офисный пакет MS Office, антивирусное ПО Kaspersky, Правовая база ГАРАНТ, 1С Предприятие |