

Аннотация к рабочей программы дисциплины

«Б1.В.06 Психология потребительского поведения»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц

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

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.

Место дисциплины 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).

Требования к уровню освоения дисциплины

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.
	Реализовать процедуру диагностики, организовать взаимодействие с клиентами
ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое	Знать психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности в экономической сфере, идентифицировать их по результатам диагностики.

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
заключение или психологический портрет, оценивает психологические риски, факторы социальной и психологической напряженности на основе проведенной диагностики	Выделять детерминанты, индивидуальные особенности и риски потребительского поведения.
	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

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

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

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: Педанова Е.Ю.