

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

Т.А. Хагуров

мая 2024 г.

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

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

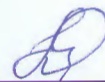
Краснодар 2024

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 № 15, от «16» апреля 2024 г.
Заведующий кафедрой Педанова Е.Ю.

фамилия, инициалы

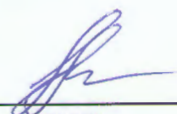


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 4, от «22» апреля 2024 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.
	Реализовать 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		
		Очно-заочная		
	4 семестр (часы)	4 семестр (часы)		
Контактная работа, в том числе:	32,3	32,3		
Аудиторные занятия (всего):				
занятия лекционного типа	16	16		
семинарско-практические занятия	16	16		
Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)				
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3		
Самостоятельная работа, в том числе:	76	76		
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.)	46	46		
Контроль:	35,7	35,7		
Подготовка к экзамену	35,7	35,7		

Общая трудоемкость	час.	144	144		
	в том числе контактная работа	32,3	32,3		
	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 (очно-заочной формы обучения)

№	Наименование тем	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие потребительского поведения и его психологические основания	12	2	2		8
2.	Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей	12	2	1		9
3.	Экономическое сознание и предпочтения потребителей	12	2	1		9
4.	Потребительская социализация и финансовое самоопределение	12	1	2		9
5.	Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие	12	1	2		9
6.	Потребительские установки и их измерение	12	2	2		8
7.	Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений	12	2	2		8
8.	Психология денег и отношение к ним. Нравственная регуляция потребительского поведения	12	2	2		8
9.	Влияние рекламы на потребительское поведение	12	2	2		8
	ИТОГО по разделам дисциплины	108	16	16		76
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144	16	16		76

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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Понятие потребительского поведения и его психологические основания	1. Потребление в современных поведенческих моделях. Характеристика потребительской активности. 2. Факторы, влияющие на покупателя. Психологические регуляторы потребительского поведения.	Блиц-опрос

2.	Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей	1. Характеристика социально-психологических регуляторов потребительского поведения (основанных на понимании личности и ее структуры и типологии, как в психологии личности, так и в социальной психологии).	Блиц-опрос
3.	Экономическое сознание и предпочтения потребителей	1. Подходы к пониманию экономического сознания и его структуре. 2. Изучение потребительских предпочтений в маркетинговых и психологических исследованиях. Кросс-культурные особенности.	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 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. 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. 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). 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. 2. Содержание и регуляция «престижного», «созидающего», «бережливого» потребления.	Доклад (презентация)
2.	Индивидуально-типологический подход к	2. Основные типы личности, используемые при анализе потребительского поведения (Юнг, Фром, Шостром), конституционные типологии (Кречмер, Шелдон, Личко, Леонгард), психогометрический	Вопросы. Диагностика потребительского типа.

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

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

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

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

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

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

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

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

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

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

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

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

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

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

10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

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

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

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

3	ИПК-2.3 обобщает результаты обследования, готовит психологическое 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.	Анализ исследований и методов (аналитическая записка) (Тема 3: Экономическое сознание и предпочтения потребителей). Тема 5: 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований). Тема 5: 2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования). Тема 6: Потребительские установки и их измерение Тема 7: Задания 1-5. Тема 8: анализ рекламы	
4	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.	Доклад (презентация) (Тема 1: Понятие потребительского поведения и его психологические основания). Контрольные вопросы/ Диагностика потребительского типа (Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей). Вопросы: Тема 4: Потребительская социализация и финансовое самоопределение	Контрольные вопросы: 1-6, 8-10,15-18,20-23
5	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	Контрольные вопросы/ Диагностика потребительского типа (Тема 2: Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей). Анализ исследований и методов (аналитическая записка) (Тема 3: Экономическое сознание и предпочтения потребителей). Вопросы: Тема 4: Потребительская социализация и финансовое самоопределение	

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),

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

Социально-психологический подход к анализу личности диспозиционная (концепция Ядова В.А.,

Понимание ценностной регуляции поведения в концепции Магуна В.С.)

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

2. Диагностика потребительского типа.

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

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

Шкала: 2 балла – развернутый ответ, представлен 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 психологически регуляторами можно обеспечить эффективность и безопасность рекламного воздействия.
- 23 Чем отличается коммерческая и социальная реклама в восприятии потребителя? Как это влияет на ее эффективность?

Критерии оценивания результатов обучения

<i>Оценка</i>	<i>Критерии оценивания по экзамену</i>
<i>Высокий уровень «5» (отлично)</i>	<i>оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на</i>

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

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

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

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

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

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

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1 Психология бизнеса : учебник для вузов / Н. Л. Иванова [и др.] ; под общей редакцией Н. Л. Ивановой, В. А. Штроо, Н. В. Антоновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 509 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17410-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535872>

2 Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551845>

3 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>

4 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>

5 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>

6 Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539081>.

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

Макарова, Т. Н. Поведение потребителей : практикум / Т. Н. Макарова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 66 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-4621-2. – DOI 10.23681/364863.

Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324> – Библиогр.: с. 237-239. – ISBN 978-5-394-03521-0.(глава 5 – психологические факторы, глава 7,8 – поведение семьи и домохозяйства, рефератные группы...)

5.1. Периодическая литература

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

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

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

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

Психологический журнал http://www.ipras.ru/cntnt/rus/institut_p/psihologic.html .

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

5.2. 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
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» 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--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

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

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по выполнению работ для текущего контроля.

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

Название темы и работы	Индикаторы и результаты обучения	Критерии оценки и шкала
------------------------	----------------------------------	-------------------------

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

	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)	соответствует правилам работы с научной информацией.
Тема 4: Потребительская социализация и финансовое самоопределение	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)	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 1.Измерение субъективного экономического благополучия (анализ эмпирических исследований).	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 (Соотносит проблему и инструменты ее диагностики. Реализовать процедуру диагностики,	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
2. Финансовый стресс, стратегии его преодоления (опыт качественного исследования)	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).	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). 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 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 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 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.) 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: 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.
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 высокочлассным 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 неуютроенность, 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 неустребованным 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	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.
	Индивидуально-типологический подход к потреблению, типы потребителей	4 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.). 5 Какие типологии потребителей вы знаете? Характеризуйте выделенные типы.
	Экономическое сознание и предпочтения потребителей	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.
	Потребительская социализация и финансовое самоопределение	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).
	Экономическая идентичность: представления о материальном благополучии и удовлетворенность, субъективное экономическое благополучие	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.
	Потребительские установки и их измерение	13 Какие инструменты используются для измерения потребительских установок? 14 Как можно модифицировать инструмент применительно в своему предмету исследования?
	Когнитивные и эмоциональные процессы, мотивы в регуляции потребительского поведения. Модели принятия решений	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)

Психология денег и отношение к ним. Нравственная регуляция потребительского поведения	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?
Влияние рекламы на потребительское поведение	21 Характеризуйте основные механизмы и методы рекламного воздействия. 22 Каким психологическими закономерностями и психологическими регуляторами можно обеспечить эффективность и безопасность рекламного воздействия. 23 Чем отличается коммерческая и социальная реклама в восприятии потребителя? Как это влияет на ее эффективность?

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

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

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

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

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

информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы 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). 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