

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветков Николай Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.05.2025 16:12:04
Уникальный программный ключ:
858e6298f3889af733af85cd4170378d0a7d270e9



Автономная некоммерческая организация высшего образования «Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт) (Институт МИРБИС)

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**«МАРКЕТИНГ: СТРАТЕГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ:
«Маркетинговые коммуникации и поведение потребителей»**

Составитель:
Работяга В.Т.

(Подпись и Ф.И.О.)

Содержание

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
1.1 Цель дисциплины.....	3
1.2 Планируемые результаты освоения дисциплины. Компетенции формируемые (получаемые) в ходе освоения дисциплины, необходимые для выполнения нового вида профессиональной деятельности.	3
2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2.1 Разделы дисциплины и виды работ.....	4
2.2 Содержание дисциплины.....	5
2.3 Практические занятия и семинары.....	5
2.4 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	6
2.4.1 Основная литература.....	6
2.4.2. Дополнительная литература.....	6
2.4.3. Рекомендуемые Интернет-ресурсы:	7
2.4.4. Перечень программного обеспечения, используемого в образовательной деятельности (компьютерные программы и мультимедийные курсы)	8
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
3.1 Виды учебных занятий и методы преподавания дисциплины.....	8
3.2 Методические рекомендации преподавателю.	9
3.3 Методические рекомендации слушателям по изучению дисциплины.....	11
3.4 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы.....	12
4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ).....	12
4.1 Формы и оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации знаний слушателей.	13
4.1.1 Перечень вопросов, образцы задач, тестов, контрольных работ для текущего контроля.	13
4.1.2 Вопросы к промежуточной аттестации.....	13
4.2 Критерии оценки качества знаний промежуточного контроля.....	14
4.3 Учебно-методические материалы (рабочая тетрадь или учебно-методическое пособие, или информационные материалы для размещения в электронной библиотеке и др.) прилагаются отдельным файлом.....	15
4.4 Дидактические материалы (схемы, глоссарий, деловые игры, тренинги, групповые проекты, кейсы, раздаточный материал).....	15

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

1.1 Цель и задачи дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации и поведение потребителей» является получение компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области психологии поведения потребителей, получение объема знаний об основных концепциях, категориях и понятиях рыночной экономики, формирование профессиональных компетенций управления поведением потребителей товаров, услуг посредством использования знаний о социальных и психологических факторов процесса решения о покупке потребителями, а также методов активного маркетингового влияния на потребительское поведение с целью его эффективного регулирования и оптимизации.

Связь с другими курсами состоит в том, что слушатели знакомятся со знаниями в области стратегического маркетинга, приобретают необходимый набор базовых экономических концепций и инструментов для понимания механизмов функционирования рыночного хозяйства региона. В совокупности с изучаемыми курсами программы «Маркетинг: стратегическая устойчивость предприятий на конкурентном рынке» принимать правильные решения, от которых во многом будет зависеть судьба их фирм и собственное благополучие, а как следствие благосостояние государства

1.2 Планируемые результаты освоения дисциплины. Компетенции формируемые (получаемые) в ходе освоения дисциплины, необходимые для выполнения нового вида профессиональной деятельности.

По завершению дисциплины «Маркетинговые коммуникации и поведение потребителей» слушатель должен:

знать:

- основные характеристики глобализующихся рынков товаров и услуг с точки зрения поведения потребителей.
- социальные факторы поведения потребителей (культура, социальный статус, группы, домохозяйство) и возможности их использования в маркетинговых и управленческих решениях;

- психологические факторы поведения потребителей (восприятие, обучение, мотивация, жизненный стиль, знание, отношение) и возможности их использования в маркетинговых и управленческих решениях;
- процесс решения потребителя о покупке и управление им средствами маркетинга и менеджмента;
- особенности делового покупательского поведения;

уметь:

- видеть маркетинговые аспекты управленческих проблем компании и разрабатывать рекомендации по их решению.
- использовать знания поведения потребителей для анализа рынка, прогнозирования тенденций и определения целевых сегментов.
- разрабатывать рекомендации по поиску, обслуживанию и сохранению клиентов.
- прогнозировать и предупреждать проблемы работы с клиентами, оптимизировать клиентскую базу, разрабатывать рекомендации по комплексу маркетинга с учетом закономерностей, особенностей и тенденций поведения потребителей;
- управлять процессом решения потребителей о покупке.

владеть:

- навыками анализа практических ситуаций с помощью теоретических моделей;
- навыками группового обсуждения проблем;
- навыками сбора, систематизации и презентации информации о маркетинге и работе с потребителями своих компаний;
- развить профессиональные компетенции анализа состояния рынка, а также разработки управленческих и маркетинговых решений по продукту, ценам, распространению, продвижению и их реализации.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

2.1 Разделы дисциплины и виды работ.

№	Разделы дисциплины	Трудоемкость (часы)
---	--------------------	---------------------

		Общая трудо- ёмкость без прочей само- стоятельной работы	Самосто- ятельные (элек- тронное)	Аудиторные		
				Всего	в том числе	
					очные	дистанци- онные
1	Психология потреби- телей и система марке- тинга.	5	1	4	4	-
2	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.	7	1	6	5	1
3	Технологии формиро- вания поведения по- требителей	8	1	7	6	1
	Итого:	20	3	17	15	2

2.2 Содержание дисциплины.

Раздел 1. Психология потребителей и система маркетинга.

1. Психология потребителей и система маркетинга.
2. Психологические факторы поведения
3. Мотивация потребителей
4. Методы исследования поведением потребителей

Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.

1. Культура общества как основной фактор макро-влияния на потребительское поведение
2. Социальная стратификация общества и социально-экономический статус личности как основа формирования поведения потребителей.

Раздел 3. Технологии формирования поведения потребителей

1. Процесс принятия потребителями решения о покупке
2. Формирование мнений потребителей.

2.3 Практические занятия и семинары

п\п	Тематика	Количество часов	Форма проведения
1.	Психология потребителей и система маркетинга.	1	Практическое занятие
2.	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.	2	Диспут
3.	Технологии формирования поведения потребителей	2	Кейс-стади
	Итого:	5	

2.4 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

2.4.1 Основная литература

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 486 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107> (дата обращения: 29.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст: электронный.

2. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Алексунин. – 6-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 200 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453412> (дата обращения: 24.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02296-8. – Текст: электронный.

3. Ким, С.А. Маркетинг: учебник / С.А. Ким. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 258 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (дата обращения: 24.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02014-8. – Текст: электронный.

2.4.2. Дополнительная литература

1. Лужнова, Н.В. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Н.В. Лужнова. – Оренбург: ОГУ, 2016. – 141 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768> (дата обращения: 29.01.2020). – ISBN 978-5-7410-1643-5. – Текст: электронный.

2. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер; ред. М. Суханова; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (дата обращения: 24.01.2020). – ISBN 978-5-9614-5016-3. – Текст: электронный.

3. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник / А.Г. Голова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 279 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767> (дата обращения: 24.01.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст: электронный.

4. Меликян, О.М. Поведение потребителей: учебник / О.М. Меликян. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 280 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281> (дата обращения: 24.01.2020). – Библиогр.: с. 237-239. – ISBN 978-5-394-01043-9. – Текст: электронный.

Периодические издания:

2.4.3. Рекомендуемые Интернет-ресурсы:

www.government.ru - Правительство РФ

www.economy.gov.ru - Министерство экономического развития

www.cbr.ru - Центральный банк РФ

www.minfin.ru - Министерство финансов РФ

www.gks.ru - Росстат

www.ekxpert.ru - Журнал «Эксперт» 777

www.ko.ru - Еженедельник «Компания»

www.rbk.ru - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» (РБК)

2.4.4. Перечень программного обеспечения, используемого в образовательной деятельности (компьютерные программы и мультимедийные курсы)

В образовательном процессе используется стандартный пакет программ Microsoft Office.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

3.1 Виды учебных занятий и методы преподавания дисциплины.

Выбор методических схем обучения осуществляется по наиболее важным характеристикам учебного процесса, сочетание которых определяет методическую модель.

Образовательная деятельность при реализации дисциплины предусматривает следующие виды учебных занятий: лекции, практические занятия, консультации.

В ходе обучения для выработки конкретных навыков и умений в области экономики используются различные методы обучения.

Для максимального включения слушателей в процесс обучения, в рамках данного учебной дисциплины предусматривается самостоятельная работа над решением практических ситуаций и конкретных задач.

Акцент делается на активные методы обучения, предусматривающие дискуссии, анализ текущих практических ситуаций, основанных на различных практических примерах.

Лекции содержат систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывают состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрируют внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируют их активную познавательную деятельность и способствуют формированию творческого мышления.

Практические занятия проводятся на основе учебного материала, изученного в ходе лекций и самостоятельной работы обучающихся, как отдельный вид занятия, и предназначены для выработки слушателями практических умений в использовании современных методов обоснования управленческих решений в области экономики.

Главным содержанием практических занятий является практическая работа каждого обучающегося. Особое внимание уделяется привитию навыков правильной постановки задачи на выполнение соответствующих расчетов, анализа полученных результатов и формулированию обоснованных выводов.

Консультации являются одной из форм руководства самостоятельной работой обучающихся и оказания им помощи в усвоении учебного материала. Консультации носят, как правило, индивидуальный характер.

Для подготовки аттестационных работ слушателям предоставляется необходимый учебно-методический материал. При этом рекомендуется широко пользоваться служебными материалами своих организаций, официальными, информационными, инструктивными, методическими и нормативными документами.

3.2 Методические рекомендации преподавателю.

При проведении лекций преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) излагает основные теоретические положения;
- 3) с использованием мультимедийного оборудования дает определения основных понятий, расчетные формулы в области экономики;
- 4) приводит примеры из отечественного и зарубежного опыта отношений и текущие статистические данные по отдельным сегментам экономической деятельности для наглядного и образного представления изучаемого материала;
- 5) в конце занятия дает вопросы для самостоятельного изучения.

При подведении итогов лекции преподаватель должен:

- 1) сделать выводы, вытекающие из материала лекции;
- 2) пояснить, какие вопросы лекции целесообразно дополнить, используя рекомендованную литературу;
- 3) дать указания на подготовку к следующему занятию;
- 4) ответить на вопросы обучающихся.

При проведении семинаров и практических занятий преподаватель:

- 1) формулирует тему и цель занятия;
- 2) предлагает слушателям ответить на вопросы, вынесенные на семинар;
- 3) организует дискуссию по наиболее сложным вопросам;
- 4) предлагает слушателям провести обобщение изученного материала.

При подготовке к проведению практического занятия преподаватель должен:

- 1) изучить (повторить) материал занятия;
- 2) подготовить используемую учебно-материальную базу;

При проведении практического занятия преподаватель должен:

- 1) объявлять тему, цели занятия и отрабатываемые вопросы;
- 2) отрабатывать каждый вопрос, используя соответствующую учебно-материальную базу;
- 3) поддерживать связь с аудиторией, при необходимости, задавая обучаемым наводящие вопросы, обеспечивающие лучшее усвоение изучаемого материала;
- 4) соблюдать время, отводимое на отработку вопросов занятия в соответствии с планом.

При поведении итогов практического занятия преподаватель должен:

- 1) сделать выводы, вытекающие из материала практического занятия;
- 2) пояснить, какие вопросы занятия целесообразно доработать, используя рекомендованную литературу;
- 3) дать указания на подготовку к следующему занятию;
- 4) ответить на вопросы обучающихся.

При проведения аудиторных занятий (как лекций, так и семинаров) с использованием активных методов преподаватель:

- 1) предлагает слушателямделиться на группы;

2) предлагает обсудить сформулированные им проблемы экономической деятельности компании согласно теме лекции (практического занятия), раскрывая актуальность проблемы и ее суть, причины, ее вызывающие, последствия и пути решения;

3) организует межгрупповую дискуссию;

4) проводит обобщение с оценкой результатов работы слушателей в группах и полученных основных выводов и рекомендаций по решению поставленных проблем.

Для оценки полученных знаний и освоения учебного материала по дисциплинам преподаватель использует формы итогового контроля знаний обучающихся.

3.3 Методические рекомендации слушателям по изучению дисциплины.

При подготовке к лекции слушателю рекомендуется:

1) повторить материал предыдущих занятий (включая лекции и практические занятия);

2) изучить рекомендованную литературу;

3) повторить необходимый материал смежных дисциплин, обеспечивающих усвоение пройденного лекционного материала дисциплины.

При проведении лекции слушателю рекомендуется:

1) задавать вопросы для разъяснения непонятных положений лекции.

При подготовке к практическому слушатель рекомендуется:

1) повторить материал предыдущих занятий (включая лекции и практические занятия);

2) изучить рекомендованную литературу;

3) повторить необходимый материал смежных дисциплин, обеспечивающих усвоение пройденного лекционного материала дисциплины;

4) подготовить материал, рекомендованный для проведения занятия (произвести необходимые расчеты, составить графики, таблицы и т.д.).

При проведении практического занятия слушателю рекомендуется:

1) задавать уточняющие вопросы.

При подготовке к аудиторным занятиям, непосредственно в ходе проведения лекций, семинаров и практических занятий, а также в ходе самостоятельной работы слушателям рекомендуется пользоваться учебной литературой (согласно перечню основной и дополнительной литературы по каждой дисциплине).

3.4 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа слушателей по каждой дисциплине способствует более глубокому усвоению изучаемой дисциплины, формирует навыки практической работы по проблемам экономической деятельности компаний и ориентирует слушателя на умение применять полученные теоретические знания на практике.

В ходе самостоятельной работы слушателю рекомендуется выполнить задание и оформить результаты решения задач, рекомендованных на самостоятельную работу.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем, ведущим данную дисциплину, и учитываются при допуске слушателя к экзамену, зачету и итоговой оценке знаний слушателя.

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ)

Оценка качества освоения программы включает текущий контроль и промежуточную аттестацию слушателей. Текущий контроль осуществляется на лекциях и семинарах в разнообразных формах - опроса слушателей по изученным вопросам, диалога с преподавателем во время лекций, тестирования, деловой игры, игрового

проектирования, решения кейса, подготовку письменных рефератов.

Промежуточная аттестация проводится после изучения каждой дисциплины в форме зачета, дифференцированного зачёта, экзамена в письменной форме или в форме решения тестовых заданий в компьютерном классе. Возможно проведение интегрированных форм контроля по содержательно связанным модулям.

В рамках промежуточной аттестации проводится онлайн-тестирование по данной дисциплине, проверяется знание основных закономерностей функционирования рыночной экономики, умение проводить экономический анализ, навыки экономического обоснования управленческих решений. Тестирование проводится по единому тесту для всех образовательных учреждений, участвующих в реализации Государственного плана. Содержание теста определяется экспертным советом Комиссии.

Формой промежуточной аттестации по пройденной дисциплине является **экзамен.**

4.1 Формы и оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации знаний слушателей.

Формой текущего контроля работы слушателя является выполнение всех заданий, проводимых в течение аудиторного занятия в виде: экспресс-опроса, письменного тестирования, проверки отчетов по выполнению заданий на практических занятиях и выборочного опроса обучающихся.

Формой промежуточной аттестации слушателей является сдача экзамена согласно перечня вопросов, выносимых для контроля знаний обучающихся, на основании с утвержденным учебным планом.

4.1.1 Перечень вопросов, образцы задач, тестов, контрольных работ для текущего контроля.

(Прикладываются отдельным файлом)

4.1.2 Вопросы к промежуточной аттестации.

(Прикладываются отдельным файлом)

4.2 Критерии оценки качества знаний промежуточного контроля.

К критериям оценки уровня подготовки обучающегося относятся:

- уровень освоения обучающимся материала, предусмотренного учебной программой по дисциплине;
- умения обучающегося использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- уровень сформированности общих и профессиональных компетенций;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответа при соблюдении принципа полноты его содержания.

По результатам контроля успеваемости слушателей выставляются следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При осуществлении контроля уровня сформированности компетенций, умений и знаний обучающихся и выставлении оценки используется аддитивный принцип (принцип «сложения»):

- оценку **«отлично»** выставляется слушателю, показавшему полное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), всестороннее и глубокое изучение литературы, публикаций; умеющему выполнять задания с привнесением собственного видения проблемы, собственного варианта решения практической задачи, проявившего творческие способности в понимании и применении на практике содержания обучения;

- оценка **«хорошо»** выставляется слушателю, показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, изучившему литературу, рекомендованную программой, способному к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшего обучения и профессиональной деятельности;

- оценка **«удовлетворительно»** выставляется слушателю, показавшему частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности, знакомый с литературой, публикациями по программе;

- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется слушателю, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

4.3 Учебно-методические материалы (рабочая тетрадь или учебно-методическое пособие, или информационные материалы для размещения в электронной библиотеке и др.) прилагаются отдельным файлом.

(Прикладываются отдельным файлом)

4.4 Дидактические материалы (схемы, глоссарий, деловые игры, тренинги, групповые проекты, кейсы, раздаточный материал).

(Прикладываются отдельным файлом)