

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ им. Л.С. ВЫГОТСКОГО
Кафедра социальной психологии

ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 37.03.02 Конфликтология

Код и наименование направления подготовки/специальности

Направленность (профиль): управление конфликтами

Наименование направленности (профиля)/специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Психология потребительского поведения

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Кандидат психологических наук, Хорошилов Д.А.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

социальной психологии

№3 от 17.02.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплин

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов понимания психологии потребительского поведения, влияния на него различных психологических и социальных факторов

Задачи дисциплины: ознакомление студентов с имеющимися теоретическими ориентациями в исследовании психологии потребительского поведения; интеграция знаний социальной психологии, социологии, других гуманитарных наук на примерах исследования психологии потребительского поведения; развитие способности к проведению экспериментальных исследований в данной области знаний.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине):

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Способен использовать психологические концепции для решения практических задач в сферах маркетинга и менеджмента	ПК-2.2 Умеет использовать современные концепции социальной психологии в сопровождении организационных и рыночных процессов ПК-2.3 Владеет психологическими технологиями индивидуального, группового и организационного консультирования в бизнесе	Знать: принципы развития и теоретических базисов психологии потребительского поведения как научно-практической дисциплины; закономерности влияния личностных особенностей на потребительское поведение; психологические механизмы влияния на потребителей, умеет выявлять наличие данных механизмов в различных средствах маркетинговых коммуникаций Уметь: проводить анализ потребительских решений; исследовать потребительские предпочтения Владеть: навыками практического использования теоретических знаний о классических теориях и современных психологических подходах к исследованию современного общества потребления; навыками профессионального применения ключевых понятий и концепций в психологической работе;

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология потребительского поведения» относится к вариативной части дисциплин учебного плана 37.04.01 Психология

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Экономическая психология, Методология исследовательской деятельности и академическая культура, Межкультурное взаимодействие

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 24 ч., самостоятельная работа обучающихся 52ч.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Теоретические подходы к социализации личности	<p>Тема 1. Классические зарубежные теории развития и социализации личности. Когнитивный подход. Ж. Пиаже и периодизация интеллектуального развития ребенка: сенсомоторный; и дооператорный интеллект; стадии конкретных и формальных операций. Основные понятия: ассимиляция, аккомодация, схема и «феномены Пиаже» (синкретизм, эгоцентризм, анимизм, несохранение). Сильные и слабые стороны концепции Ж. Пиаже. Развитие его взглядов в работах М. Клее.</p> <p>Психоанализ. З. Фрейд и периодизация психосексуального развития личности: оральная, анальная, фаллическая, латентная и генитальная стадии. Взаимосвязь социо- и онтогенеза, по З. Фрейду. Структура человеческой психики. Понятие фиксации, «защитных механизмов» личности и сублимации. Комплекс Эдипа / Электры. Роль бессознательного в объяснении развития личности. Научные заслуги и критика психоанализа. Его развитие в работах К. Хорни, Э. Фромма, В. Франкла, А. Адлера и др.</p> <p>(Нео)бихевиристский подход ((Б. Скиннер, Э. Торндайк, А. Бандура, В. Уолтерс и др.) к анализу личности и покупательскому поведению (теория поведения покупателя Дж. Говарда и Дж. Шета).</p> <p>(Символический) интеракционизм (Г.Блумер, Э.Гофман, Г.Келли, Дж. Г. Мид и др.) и социализация личности.</p> <p>Тема 2. Культурно-историческая и деятельностная концепции социализации личности.</p> <p>Отечественная традиция (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, В.В. Давыдов, П.Я. Гальперин, Д.Б. Эльконин и др.) психического развития человека. Преодоление дилеммы двух факторов. Понятия условий, источника и движущей силы развития. Специфика онтогенеза человека. Понятия «зоны ближайшего развития» и «параллелограмма развития (памяти, внимания...)». Теоретический анализ</p>

		<p>возраста (понятия стабильный и критический этапы развития; социальная ситуация развития, ведущая деятельность и новообразование возраста).</p> <p>Развитии идей Л.С. Выготского. Теория поэтапного формирования умственных действия (П.Я. Гальперин). Теория деятельности (А.Н. Леонтьев). Периодизация развития личности по Д.Б. Эльконину; В.Ф. Моргуну и И.Ю. Ткачевой; Е.И. Исаеву и В.И. Слободчикову и др.</p>
2.	Психология потребительского поведения личности	<p>Тема 3. Маркетинг детских товаров: правовой и этический контексты.</p> <p>Социальное и правовое регулирование рекламы. Специфика маркетинга детских товаров. Ее отражение в этических кодексах производителей детских товаров и исследователей. Зарубежный и отечественный опыт. Дети как «компетентные» потребители.</p> <p>Тема 4. Психология потребительского поведения личности: агенты и механизмы.</p> <p>Механизмы потребительской социализации ребенка и классические концепции социализации.</p> <p>Образы детства в контексте потребительской социализации. Формирование потребительских (материалистических установок) в современном глобальном обществе.</p> <p>Психология потребительского поведения личности и её стадии.</p> <p>Агенты потребительской социализации детей: родительская семья/домохозяйство (жизненный цикл семьи; структура семьи и покупки; роли членов семьи в принятии решения о покупке); школа/дошкольные учреждения, сверстники и средства массовой коммуникации (в т.ч. цифровые).</p> <p>Тема 5. Дети и реклама.</p> <p>Основные этапы когнитивного развития детей. Взаимодействие ребенка с рекламным сообщением. Восприятие детьми двух базовых функций рекламы. Роль рекламы в формировании потребительских установок детей. Реклама и избыточный вес детей: анализ конкретного случая.</p> <p>Тема 6. Дети и покупки.</p> <p>Теория поведения покупателя Дж. Говарда и Дж. Шета: типология стимулов и реакций.</p> <p>Роль ребенка в принятии решения о покупке. Стратегии принятия решения о покупке в родительской семье. Этапы принятия решения о покупке и факторы, определяющие привлечение ребенка. Структура родительской семьи и специфика участия подростка в принятии решения о покупке. Детская покупательская сообразительность (savvy). Дети и «карманные» деньги.</p> <p>Тема 7. Специфика детского потребления: питание, интернет и мода.</p> <p>Основные товары/услуги, потребляемые детьми (питание, мода, развлечения, музыка/кино, игры,</p>

		<p>книги/журналы, каникулярные поездки).</p> <p>«Большая пятерка» детских пищевых продуктов. Детская развлекательная пищевая культура. Снэки и «правильное» питание: специфика социализации в родительской семье.</p> <p>Интернет и дети: критический потребительский и маркетинговый дискурс. Тенденции использования интернета детьми. Возрастные и гендерные особенности детских интернет-покупок.</p> <p>Одежда как символический ресурс ребенка. Факторы символического значения одежды и ее потребления.</p> <p>Тема 8. Место потребления в социализации детей: перспективы исследования.</p> <p>Дети как «компетентные» потребители. Понятие потребительских компетенций. Методологические и методические перспективы изучения потребительской социализации детей. Этические ограничители.</p>
--	--	--

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Теоретические подходы к социализации личности	<p>Лекция 1, 2.</p> <p>Семинар 1,2.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция с использованием видеоматериалов. Лекция-визуализация.</p> <p>Развернутая беседа, выбор тем рефератов</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>
2.	Психология потребительского поведения личности	<p>Лекция 3-6.</p> <p>Семинар 3-6.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Лекция с разбором конкретных ситуаций.</p> <p>Дискуссия с обсуждением заданий.</p> <p>Публичная защита рефератов</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Реализуемые в курсе образовательные технологии призваны сформировать профессиональную направленность обучения магистрантов.

В рамках курса используются различные формы организации учебного процесса. Наиболее подходящими методами и формами проведения занятий были выбраны и опробованы в ходе преподавания этой дисциплины следующие: лекции, семинары,

групповые дискуссии, тесты. Каждая из них направлена на достижение определенных результатов обучения.

1. Лекции в рамках курса читаются различных типов:

- вводные, дающие общие представления о дисциплине и вызывающие интерес к ее освоению;
- установочные, ориентирующие студентов на дальнейшую самостоятельную работу (обязательно читаются для студентов заочной формы обучения);
- лекции-визуализации, объединяющие два вида информации (устную и наглядно-визуальную) и формирующая у студентов профессиональное мышление;
- лекции с разбором конкретных ситуаций, что позволяет активизировать участие обучаемых в обсуждении темы.

2. Семинары по дисциплине проводятся в следующих формах:

- развернутая беседа на основании плана семинара, предложенного в УМК;
- устный опрос студентов по вопросам плана семинара;
- семинар-дискуссия.

3. Групповые дискуссии направлены на анализ конкретных ситуаций. Они позволяют студентам практически освоить и закрепить теоретический материал, изложенный на лекциях, а также приобрести навыки конкретизации теоретических понятий.

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	20 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	20 баллов
- Написание реферата	10 баллов	10 баллов
- Выступление с докладом по теме реферата	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) зачёт		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для итогового контроля

1. Когнитивизм и Психология потребительского поведения ребенка.
2. Психоанализ и Психология потребительского поведения ребенка.
3. Интеракционизм и Психология потребительского поведения ребенка.
4. (Нео)бихевиоризм и Психология потребительского поведения ребенка.
5. Культурно-исторический подход и Психология потребительского поведения ребенка.
6. Этическое и правовое регулирование маркетинга детских товаров.
7. Дети и реклама: возрастные и гендерные особенности взаимодействия.
8. Дети и принятие решения о покупке в родительской семье.
9. «Карманные» деньги и детская покупательская сообразительность (savvy).
10. Детское потребление: питание.
11. Детское потребление: средства массовой коммуникации и интернет.
12. Детское потребление: мода.
13. Детское потребление в сфере досуга (игры, музыка, кино, путешествия...).
14. Ребенок как «компетентный» потребитель.
15. Методологические и методические перспективы изучения потребительской социализации детей.

Примерные темы рефератов

1. Эвристический потенциал маркетинговых исследований и Психология потребительского поведения личности.

2. Маркетинг детских товаров и услуг: российский опыт этического и правового регулирования.
3. Маркетинг детских товаров и услуг: зарубежный опыт этического и правового регулирования.
4. Ребенок и реклама: анализ отдельного случая.
5. Дети и родители: стратегии принятия решения о покупке.
6. «Карманные» детские деньги: социологический анализ.
7. Детское питание и Психология потребительского поведения.
8. Интернет и Психология потребительского поведения.
9. Детская мода и Психология потребительского поведения.
10. Психология потребительского поведения личности: актуальное состояние и перспективы изучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Нормативно-правовые акты

1. Закон о средствах массовой информации. Принят Государственной Думой. URL: <http://outdoormedia.ru/doc2.phtml> Дата обращения: 20.03.2020.
2. Международный кодекс рекламной деятельности Международной Торговой Палаты (кодекс МТП) <http://outdoormedia.ru/doc12.phtml>
3. Международный Кодекс ICC/ESOMAR URL: <http://outdoormedia.ru/doc14.phtml> Дата обращения: 20.03.2020.
4. Рекламная деятельность в России: Законодательные и другие нормативные акты. – М.: изд-во Российской газеты, 2001.
5. Федеральный закон от 18.07.95 № 108-ФЗ "О рекламе" (ред. от 02.11.2004)
6. Разъяснение об изменениях в Федеральном законе "О рекламе" URL: <http://www.advertology.ru/article108459.htm> Дата обращения: 20.03.2020.
7. Законодательство о рекламе. Изменения 2012 года URL: <http://www.advertology.ru/article112014.htm> Дата обращения: 20.03.2020.

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная литература:

1. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438290>
2. Колосова Е.А. Психология потребительского поведения детей и подростков: возрастные особенности. Вестник РГГУ Серия «Философия.Социология. Искусствоведение». 2017; (2):74-79 URL: <https://philosophy.rsuh.ru/jour/article/view/111/112>
3. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>.
4. Лыгина, Н. И. Поведение потребителей: Учебник / Н.И. Лыгина, Т.Н. Макарова. - Москва: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. - 208 с. (Профессиональное образование). ISBN 5-8199-0203-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/264212>
5. Меликян, О. М. Поведение потребителей / Меликян О.М., - 4-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 280 с.: ISBN 978-5-394-01043-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415017>

Дополнительная литература:

1. Василенко О.В. Психология потребительского поведения студенческой молодежи: три стратегии поведения / О. Василенко // Наша социология, 2007: исследовательские практики и перспективы. - М. : РГГУ, 2007. - С. 113-115.

2. Крайг Г. Психология развития : [пер. с англ.] / Грэйс Крайг. - 7-е междунар. изд. - СПб. [и др.]: Питер, 2002 URL: https://www.studmed.ru/view/krayg-g-psihologiya-razvitiya_044cfd65ccd.html Дата обращения: 20.03.2020.
3. Майорова-Щеглова С.Н. Молодое поколение и новые средства массовой коммуникации [Электронный ресурс] : мифы и реальность / С. Н. Майорова-Щеглова // Вестник РГГУ. - 2010. - N 3. - С. 224-229. - (Серия "Философия. Социология"). URL: <http://elibr.lib.rsuh.ru/elibr/000002676.pdf> Дата обращения: 20.03.2020.
4. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitija-lichnosti-v-psihologii/> Дата обращения: 20.03.2020.
5. Степченко Т. А. Формирование потребительской культуры как средство социализации школьников. Автореф...дисс... д. пед. наук. – Москва, 2008 URL: <http://vak1.ed.gov.ru/ru/dissertation/subscription/index.php?id54=841&from54=1218> Дата обращения: 20.03.2020.
6. Штейнман М.А. Кризис самоидентификации в обществе потребления [Электронный ресурс] // Вестник РГГУ. - 2008. - № 1. - С. 227-237. - (Серия "Политология. Социально-коммуникативные науки"). - Режим доступа: <http://elibr.lib.rsuh.ru/elibr/000001795.pdf> Дата обращения: 20.03.2020.
7. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/voznrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html> Дата обращения: 20.03.2020.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт РГГУ (ЭБС)
2. Психологическая сеть русского Интернета: (http://www.nsu.Ru/psych/intemet/info/psi_idx.hfm)
3. Каталог психологической литературы в Интернет: (<http://www.psychology-online.ru/lit/obzorf.htm>)
4. Психологический словарь: (<http://psi.webzone.ru>).
5. Сайт Федерации Интернет - образования (www.fio.ru)
6. Российский общеобразовательный портал Министерства образования и науки РФ: (www.scool.edu.ru)
7. Книги по психологии: (<http://www.user.cityline.ru/-ciborism/wm.htm>)
8. Тридцатилетний ресурс журнала "Вопросы психологии": <http://www.voppsy.ru/frame25.htm>
9. Психологические исследования: <http://www.psystudy.com/>
10. История отечественной психологии: <http://psyche.ru/>
11. Библиотека Фонда содействия развитию психической культуры: <http://psylib.kiev.ua/>
12. Электронная библиотека Гумер – гуманитарные науки: <http://www.gumer.info/>
13. Сетевой журнал по методологии «Кентавр»: <http://www.circleplus.ru/>

Дополнительные ресурсы:

- <https://psychologyofcommunication.jimdo.com>
- <http://elibrary.ru/> - научно-электронная библиотека.
- <http://bookap.info/> - «Библиотека психологической литературы» BOOKAP
- <http://lib.ru/PSIHO/> – «Библиотека Машкова»
- <http://scitylibrary.h11.ru/Library.htm> - Виртуальная библиотека по психологии –
- <http://www.book-ua.org> - Библиотека электронных учебников Book-ua.org
- Поисковые системы: Yandex, Google, Mail.

ЭБС «Znanium.com»; ООО «ЗНАНИУМ»

ЭБС «Юрайт». ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»

Современные профессиональные базы данных (БД) и информационно-справочные системы (ИСС)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия проводятся в аудиториях (залах), оборудованных мультимедийными проекторами, проецирующими изображение на экран.

Для проведения занятий семинарского типа используются ноутбук, интерактивная доска, учебно-наглядные материалы (таблицы, схемы и др.).

В процессе обучения используется библиотечный фонд, включающий учебники, учебные и учебно-методические материалы, справочные издания в электронной и бумажной формах.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное

10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBrailleViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Семинар: Тема 1. Классические зарубежные теории развития и социализации личности.

Вопросы для обсуждения:

1. Когнитивный подход. Ж. Пиаже и периодизация интеллектуального развития ребенка.
2. Психоанализ. З. Фрейд и периодизация психосексуального развития личности.
3. (Нео)бихевиоризм и (символический) интеракционизм как понятийные рамки анализа социализации личности.
4. Эвристический потенциал классических зарубежных теорий и Психология потребительского поведения личности.

Семинар 2. Тема 2. Культурно-историческая и деятельностная концепции социализации личности.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика российского подхода к периодизации развития личности. Культурно-историческая концепция развития личности Л.С. Выготского.
2. Развитие взглядов Л.С. Выготского его последователями (Леонтьев А.Н., Эльконин Д.Б. (схема развития личности), Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. и др.).
3. Эвристический потенциал культурно-исторической концепции развития личности и Психология потребительского поведения личности.

Темы докладов:

Вклад Л.С. Выготского в разработку культурно-исторической концепции личности.

Схема периодизации развития личности по Д.Б. Эльконину.

А.Н. Леонтьев и теория деятельности.

Семинар 3. Тема 3.Маркетинг детских товаров: правовой и этический контексты.

Вопросы для обсуждения:

1. Этический кодекс маркетологов и исследователей о продвижении детских товаров.
2. Правовое регулирование детского маркетинга.

Семинар 4. Тема 4 Психология потребительского поведения личности: агенты и механизмы.

Вопросы для обсуждения:

1. Детство в контексте потребительской социализации.
2. Механизмы потребительской социализации ребенка и классические концепции социализации.
3. Основные этапы потребительской социализации личности.
4. Агенты потребительской социализации.

Доклады:Перевод англоязычной статье и краткая презентация ее содержания.

Семинар 5. Тема 5. Дети и реклама.

Вопросы для обсуждения:

1. Когнитивное развитие ребенка и восприятие им рекламного сообщения.
2. Реклама и потребительские установки детей.

Семинар 6. Тема 6. Дети и покупки.

Вопросы для обсуждения:

1. Теория поведения покупателя Дж. Говарда и Дж. Шета.
2. Структура родительской семьи и специфика участия ребенка в принятии решения о покупке.
3. Дети и «карманные» деньги.
4. Понятие детской покупательской сообразительности (savvy).

Темы докладов:

Детские «карманные» деньги: историко-культурная относительность понятия.

Детские «карманные» деньги: основные закономерности, по результатам маркетинговых исследований.

Темы для самостоятельного изучения:

Семинар 7. Тема 7. Специфика детского потребления: питание, интернет и мода.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные товары/услуги, потребляемые детьми.
2. Дети и питание.
3. Дети и средства массовой коммуникации (интернет).
4. Дети и одежда (мода).

Темы для самостоятельного изучения:

Подготовка и презентация кейса.

Семинар 8. Тема 8. Место потребления в социализации детей: перспективы исследования.

Групповая дискуссия.

Задание для самостоятельной работы

Поиск «белых» пятен потребительской социализации.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной проверки знаний:

Методологическая и методическая специфика исследования потребительской социализации.

Этическое и и правовое регулирование исследования.

Роль «академической»/теоретической социологии, смежных научных дисциплин и маркетинговых исследований в понимании потребительской социализации личности.

Формы текущего контроля знаний: оценка в журнале успеваемости.

Формы контроля самостоятельной работы студентов: оценка за подготовленное эссе.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменная работа (реферат) выполняется и оформляется в соответствии с общеуниверситетскими требованиями.

Структурными элементами письменной работы являются: титульный лист, оглавление, введение, основная часть, заключение, список литературы. Описательная часть работы должна составлять 8 -10 листов.

Содержание текстовой части письменной работы может быть в виде текста, таблиц, иллюстраций и других составляющих.

Текст письменной работы должен отвечать следующим основным требованиям:

- четкость структуры;
- логичность и последовательность;
- точность приведенных сведений;
- ясность и лаконичность изложения материала;
- соответствие изложения материала нормам литературного русского языка.

По тексту обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу, включая периодическую литературу за последние 5 лет.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Психология потребительского поведения» реализуется на психологическом факультете Института Психологии кафедрой социальной психологии.

Цель дисциплины - формирование у студентов понимания психологии потребительского поведения, влияния на него различных психологических и социальных факторов

Задачи дисциплины: ознакомление студентов с имеющимися теоретическими ориентациями в исследовании психологии потребительского поведения; интеграция знаний социальной психологии, социологии, других гуманитарных наук на примерах исследования психологии потребительского поведения; развитие способности к проведению экспериментальных исследований в данной области знаний.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2: Способен использовать психологические концепции для решения практических задач в сферах маркетинга и менеджмента

ПК-2.2: Умеет использовать современные концепции социальной психологии в сопровождении организационных и рыночных процессов

ПК-2.3: Владеет психологическими технологиями индивидуального, группового и организационного консультирования в бизнесе

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы развития и теоретических базисов психологии потребительского поведения как научно-практической дисциплины; закономерности влияния личностных особенностей на потребительское поведение; психологические механизмы влияния на потребителей, умеет выявлять наличие данных механизмов в различных средствах маркетинговых коммуникаций

Уметь: проводить анализ потребительских решений; исследовать потребительские предпочтения

Владеть: навыками практического использования теоретических знаний о классических теориях и современных психологических подходах к исследованию современного общества потребления; навыками профессионального применения ключевых понятий и концепций в психологической работе.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц.