

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета технологии и това-  
роведения  
Королькова Н.В.



« 30 » августа 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.ДВ.12.02 «**Поведение потребителей**»

для направления 38.03.07 «Товароведение»

профиль подготовки бакалавра «Товароведение и экспертиза в сфере производства и об-  
ращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров»

Квалификация выпускника - бакалавр

Факультет технологии и товароведения

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Рабочую программу подготовили:

к. э. н., доцент

Т.В. Закшевская



## 1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в учебном процессе

Поведение потребителя – это деятельность, направленная непосредственно на получение, потребление и распоряжение продуктами и услугами, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними.

Поведение потребителей определяется также как действия, которые предпринимают люди во время приобретения, потребления товаров и услуг, а также освобождения от них. Прогнозы потребительского спроса необходимы и для разработки стратегий развития производственных и торговых предприятий, для выработки рациональной политики государственного регулирования товарного обращения.

Курс «Поведения потребителей» тесно переплетается еще с двумя прикладными дисциплинами: маркетингом и менеджментом. Особенно сильно он связан с маркетингом. По крайней мере одна глава по поведению потребителей содержится в каждом учебнике маркетинга. По существу маркетинг - это взгляд на рынок с точки зрения работающей на нем фирмы. Проблема поведения на нем потребителей является ключевой: весь курс маркетинга - это разработка технологий реакции фирмы на потребительское поведение.

### **Цель и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов системных знаний, умений и навыков в области управления поведением потребителей, усвоение методов управления поведением потребителей на рынке в современных условиях

### **Задачи изучения дисциплины:**

- изучение различных аспектов мотивации поведения;
- исследование влияния на потребителя факторов окружающей среды;
- рассмотрение особенностей поведения производственных и индивидуальных потребителей;
- рассмотрение проблем общественного движения за обеспечение прав потребителей в России и за рубежом;
- исследование процесса принятия решения потребителями;
- изучение прав потребителей и способов борьбы с потребительским экстремизмом.

### **Место дисциплины в учебном процессе:**

Данная дисциплина относится к дисциплинам по выбору (Б1.В.ДВ).

Дисциплина базируется на материале, излагаемом в курсах «Маркетинг», «Менеджмент».

В свою очередь, знания и умения, полученные при изучении данной дисциплины, могут использоваться при изучении дисциплин «Маркетинговые исследования товаров и услуг», «Рекламная деятельность предприятий торговли» и др.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-7	умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	<ul style="list-style-type: none"><li>- знать: методику проведения анализа спроса и предложения, направления стимулирования сбыта и оптимизации товарного ассортимента</li><li>- уметь: разрабатывать программу маркетингового исследования, проводить сегментирование рынка и позиционирование товаров</li><li>- иметь навыки: проведения различных видов анализа поведения потребителей, стимулиро-</li></ul>

		вания сбыта товаров, оптимизации ассортимента
ПК-14	способность осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знать: элементы маркетинг-микс; требования, предъявляемые к упаковке и маркировке товаров</li> <li>- уметь: планировать деятельность отдела, осуществляющего функции управления поведением потребителей на предприятии</li> <li>- иметь навыки: проведения диагностики процесса принятия решения о покупке.</li> </ul>

### 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды работ	Очная форма обучения		Заочная форма обучения
	всего зач.ед./ часов	объём часов	всего часов
		7 семестр	
Общая трудоёмкость дисциплины	2/72	2/72	2/72
Общая контактная работа	26,65	26,65	6,65
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	45,35	45,35	65,35
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч.	26,50	26,50	6,50
лекции	14	14	2
практические занятия	12	12	4
лабораторные работы			
групповые консультации	0,5	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий	36,50	36,50	56,50
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч.	0,15	0,15	0,15
курсовая работа	-	-	-
курсовой проект	-	-	-
зачет	0,15	0,15	0,15
экзамен	-	-	-
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	8,85	8,85	8,85
выполнение курсового проекта	-	-	-
выполнение курсовой работы	-	-	-
подготовка к зачету	8,85	8,85	8,85
подготовка к экзамену	-	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	Зачет	Зачет	Зачет

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Объем, уч. час.				
		Л	СЗ	ПЗ	ЛР	СР
Очная форма обучения						
1	Введение в поведение потребителей	4		4		5
2	Внутренние и внешние факторы поведения потребителей	4		2		10
3	Особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей	2		2		5
4	Управление поведением потребителей	2		2		5
5	Защита прав потребителей и потребительский экстремизм	2		2		6,5
	Итого:	14		12		36,5
Заочная форма обучения						
1	Введение в поведение потребителей	0,5		1		10
2	Внутренние и внешние факторы поведения потребителей	0,5		0,5		16,5
3	Особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей	0,25		1		10
4	Управление поведением потребителей	0,5		0,5		10
5	Защита прав потребителей и потребительский экстремизм	0,25		1		10
	Итого:	2		4		56,5

### 4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

#### Тема 1. Введение в поведение потребителей

Современное понятие «поведение потребителей». Применение стратегии массового маркетинга. Понятие сегмент рынка. Основные требования к товару. Предмет исследования поведения потребителей. Индивидуальные потребители, семьи или домохозяйства, посредники, снабженцы, государственные учреждения. Современная теория потребностей. Понимание потребителя. Мотивация потребителя. Этапы становления и развития науки «Поведение потребителей». Объективная востребованность маркетинга с начала экономических и политических свобод в России. Эволюция концепций маркетинга. Понимание и прогнозирование потребностей потребителей, постоянный анализ внешних факторов, активное использование внутри организации рыночной информации.

#### Тема 2. Внутренние и внешние факторы поведения потребителей

Факторы, определяющие поведение индивидуальных потребителей: культурные, социальные, личностные, психологические. Восприятие товара. Личные факторы. Обучение. Опыт. Изменение отношения к продукту. Отношение потребителя к объекту. Основные классы потребителей. Психографические исследования. Основные критерии изучения стилей жизни. Процесс принятия решения потребителями. Осознание потребности и поиск. Процесс внутреннего поиска. Матрица вовлеченности потребителей. Этапы процесса оценки и выбора варианта покупки. Правила решения. Рейтинг для иллюстрации правила решения о по-

купке. Четко запланированная покупка. Частично запланированная покупка. Незапланированная покупка. Потребление.

Тема 3. Особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей  
 Модели поведения покупателей товаров производственного назначения. Рынок предприятий. Специфика рынка предприятий. Факторы, влияющие на поведение покупателей на рынке предприятий. Модели потребительского поведения.

Тема 4. Управление поведением потребителей

Сегментирование и удовлетворение потребителя. Позиционирование товара и фирмы на рынке. Основные стадии позиционирования. Стратегии позиционирования. Возможности маркетинговой коммуникации. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Воздействие рекламных обращений: устойчивость послания, заполненность. Ситуация покупки.

Тема 5. Защита прав потребителей и потребительский экстремизм. Эволюция защиты прав потребителей. Права потребителей. Право на выбор и право быть услышанным. Ответственность изготовителя перед потребителем. Способы защиты потребителей. Право на чистую и здоровую среду. Защита интересов особых групп потребителей. Движение потребителей за расширение и защиту своих прав. Суверенитет потребителя. Консьюмеризм. «Зеленый» маркетинг. Использование методов навязывание товаров. Запланированное устаревание товаров. Этика рекламы. «Дикий» маркетинг. Социальные нормы поведения потребителей. Проявление потребительского экстремизма.

#### 4.3. Перечень тем лекций

№ п/п	Темы лекций	Объем, уч. час.	
		Форма обучения	
		очная	заочная
1	Введение в поведение потребителей	4	0,5
2	Внутренние и внешние факторы поведения потребителей	4	0,5
3	Особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей	2	0,25
4	Управление поведением потребителей	2	0,5
5	Защита прав потребителей и потребительский экстремизм	2	0,25
	Итого:	14	2

#### 4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ п/п	Темы практических занятий	Объем, уч. час.	
		Форма обучения	
		очная	заочная
1	Введение в поведение потребителей	4	1
2	Внутренние и внешние факторы поведения потребителей	2	0,5
3	Особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей	2	1
4	Управление поведением потребителей	2	0,5
5	Защита прав потребителей и потребительский экстремизм	2	1
	Итого:	12	4

#### 4.5. Перечень тем лабораторных работ.

«Не предусмотрены»

#### 4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.

#### 4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям.

Основными видами самостоятельной работы при изучении курса являются:

- подготовка к лабораторным занятиям через проработку лекционного материала по соответствующей теме;
- изучение тем или вопросов, не включенных в лекционный материал, но обязательных согласно рабочей программе дисциплины;
- систематизация знаний путем проработки материалов по учебникам и другим учебным пособиям в соответствии с экзаменационными вопросами, тестами и заданиями;
- подготовка к текущему и итоговому контролю;
- работа с первоисточниками по изучаемым темам и проблемам, написание рефератов.

#### 4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов)

«Не предусмотрены».

#### 4.6.3. Перечень тем рефератов, расчетно-графических работ

«Не предусмотрены».

#### 4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объем, ч форма обучения	
			очная	Заочная
1	Введение в поведение потребителей	Васильев, Г.А. Поведение потребителей : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / Г.А. Васильев .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012 .— 409 с.	5	10
2	Внутренние и внешние факторы поведения потребителей	Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : Учебное пособие .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018 .— 192 с <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=949261">http://znanium.com/go.php?id=949261</a> >.	10	16,5
3	Особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей	Васильев, Г.А. Поведение потребителей : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / Г.А. Васильев .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012 .— 409 с.	5	10
4	Управление поведением потребителей	Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : Учебное пособие .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018 .— 192 с <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=949261">http://znanium.com/go.php?id=949261</a> >.	5	10

5	Защита прав потребителей и потребительский экстремизм	Дубровин, И.А. Поведение потребителей [электронный ресурс] / Дубровин .— 4 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017 .— 312 с. <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=415239">http://znanium.com/go.php?id=415239</a> >.	6,5	10
Всего			36,5	56,5

#### 4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов

Участие в научно-исследовательской работе (подготовка докладов, научных статей по результатам выполнения индивидуального творческого задания, эссе, рефератов и др. (до 10 уч. час.)) - по желанию обучающегося.

#### 4.7.Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1	Лекция	Внутренние и внешние факторы поведения потребителей	Круглый стол	2
2	Лекция	Права потребителей: содержание, защита, законодательная база	Ситуационный анализ	2
3	Лекция	Потребительский экстремизм	Круглый стол	2
4	Лекция	Теории мотивации в поведении потребителей	Круглый стол	2
5	Лекция	Средства стимулирования сбыта в поведении потребителей	Ситуационный анализ	2
6	Практические	Заключение контракта	Деловая игра	2

### 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Полное описание фонда оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в отдельном документе ФОС

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 6.1. Рекомендуемая литература

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1. Основная литература	Васильев, Г.А. Поведение потребителей : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / Г.А. Васильев .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012 .— 409 с.	15
	Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : Учебное пособие .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018 .— 192 с <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=949261">http://znanium.com/go.php?id=949261</a> >.	ЭР

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
2. Дополнительная литература	Наумов, В.Н. Поведение потребителей [электронный ресурс] : Учебное пособие / Наумов .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014 .— 248 с. <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=439646">http://znanium.com/go.php?id=439646</a> >.	ЭР
	Дубровин, И.А. Поведение потребителей [электронный ресурс] / Дубровин .— 4 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017 .— 312 с. <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=415239">http://znanium.com/go.php?id=415239</a> >.	ЭР
	Меликян, О.М. Поведение потребителей [электронный ресурс] / Меликян .— 4 .— Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018 .— 280 с. <URL: <a href="http://znanium.com/go.php?id=415017">http://znanium.com/go.php?id=415017</a> >.	ЭР
3. Методическая	Поведение потребителей / Методические указания по освоению дисциплины для направления подготовки 38.03.07 «Товароведение», профиль подготовки бакалавров «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров» / Воронеж. гос. аграр. ун-т ; сост.: Т.В. Закшевская .— Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет, 2019 .— 10 с .	ЭИ
	Поведение потребителей / Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине для направления подготовки 38.03.07 «Товароведение», профиль подготовки бакалавров «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров» / Воронеж. гос. аграр. ун-т ; сост.: Т.В. Закшевская .— Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет, 2019 .— 12 с .	ЭИ
4. Периодические издания	Маркетинг и маркетинговые исследования: [журнал]: 16+ / Учредитель: ЗАО "Издательский дом "Гребенников". - М.: Гребенников, 2012	

**6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины.**

**6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

**Перечень документов, подтверждающих наличие/право использования цифровых (электронных) библиотек, ЭБС**

Учебный год	№ п/п	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия
2017/2018	1.	Контракт №633/ДУ от 04.07.2017 (ЭБС «ЛАНЬ»)	08.08.2017 – 08.08.2018
	2.	Контракт №1305/ДУ от 29.12.2016 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2017 – 31.12.2017
	3.	Контракт №240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018

	4.	Контракт №587/ДУ от 20.06.2017 («Национальный цифровой ресурс «Рукопт»)	20.06.2017 – 20.06.2018
	5.	Контракт №1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2018/2019	1.	Контракт №784/ДУ от 24.09.2018 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2018 – 24.09.2019
	2.	Контракт №240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	3.	Контракт №1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Лицензионный контракт №4319/18 627/ДУ от 25.07.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.07.2018 – 25.01.2019
	5.	Лицензионный контракт №1172/ДУ от 24.12.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.01.2019 – 31.07.2019
	6.	Контракт № 1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	7.	Контракт №919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017, Национальная электронная библиотека (НЭБ)	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2019/2020	1.	Контракт №488/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2019 – 24.09.2020
	2.	Контракт №4204 ЭБС/959/ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020-31.12.2020
	3.	Контракт №1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ №7-ИУ от 11.06.2019	01.08.2019 – 30.07.2020
	5.	Контракт №487/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС IPRbooks)	01.08.2019 - 31.07.2020
	6.	Контракт №919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	7.	Контракт №878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно
2020/2021	1.	Контракт №503-ДУ от 14.09.2020 (ЭБС «ЛАНЬ»)	14.09.2020 – 13.09.2021
	2.	Контракт №4204эбс-959-ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020 – 31.12.2020
	3.	Контракт №392 от 03.07.2020 (ЭБС ЮРАЙТ – (ВО))	01.08.2020 – 31.07.2021
	4.	Контракт №426-ДУ от 27.07.2020 ЭБС (ЭБС IPRbooks)	01.08.2020 – 31.07.2021
	5.	Контракт №878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ №33 от 19.01.2016	Бессрочно

**Другие сайты:**

<http://www.e-management.ru> (Консультационный центр развития электронного бизнеса)

<http://www.e-commerce.ru> (Сайт, посвященный развитию электронной коммерции)  
<http://www.marketologi.ru> (Сайт гильдии маркетологов)  
<http://www.internetmarketing.ru>  
<http://www.marketing.web-standart.net>  
<http://www.bali.ostu.ru/umc/> (Электронный многопредметный научный журнал «Управление общественными экономическими системами»)  
<http://www.kremlin.ru/> (Интернет-ресурсы президента России)  
<http://www.eur.ru/> (Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал)  
<http://www.libertarium.ru/library> (Библиотека материалов по экономической тематике)  
<http://www.finansy.ru> (Материалы по соц.-экон. положению и развитию в России)  
<http://www.minfin.ru> (Официальный сайт Министерства финансов)  
<http://www.fedcom.ru> (Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг)  
<http://www.mse.ru> (Межбанковская фондовая биржа)  
<http://www.cbr.ru> (Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы))  
<http://www.rbc.ru> (РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).  
<http://www.budgetrf.ru> (Мониторинг экономических показателей)  
<http://www.gks.ru> (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ)  
[www.government.ru](http://www.government.ru) (Официальный сайт Правительства Российской Федерации)

### 6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

#### 6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows / Linux (ALT Linux)	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений Office MS Windows / OpenOffice / LibreOffice	ПК в локальной сети ВГАУ
3	Программы для просмотра файлов Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ
4	Браузеры Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

#### 6.3.2. Аудио- и видеопособия.

«Не предусмотрены»

#### 6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов.

Компьютерные презентации имеются по всем темам учебного курса:

1. Введение в поведение потребителей
2. Внутренние и внешние факторы поведения потребителей
3. Особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей
4. Управление поведением потребителей
5. Защита прав потребителей и потребительский экстремизм

**7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес(местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом(в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций: комплект мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, презентационное оборудование, интерактивная доска, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.168</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.232а</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной ме-</p>	<p>394087, Воронежская об-</p>

бели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, ALT Linux, LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, eLearning server	ласть, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а. 115, 116, 119, 116 (с16 до 20)
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения учебного оборудования, специализированное оборудование для ремонта компьютеров	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.117,118

## 8. Междисциплинарные связи

Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования
Маркетинг в АПК	Управления и маркетинга в АПК	Нет согласовано
Менеджмент в торговле	Управления и маркетинга в АПК	Нет согласовано

Лист периодических проверок рабочей программы

Должностное лицо, проводившее проверку Ф.И.О., должность, подпись	Дата	Потребность в корректировке	Перечень пунктов, стр., разделов, требующих изменений
Закшевская Е.В. зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	30.08.2017	Потребности в корректировке нет. Рабочая программа и ФОС актуализированы для 2017-2018 учебного года	нет
Закшевская Е.В. зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	25.06.2018	Потребности в корректировке нет. Рабочая программа и ФОС актуализированы для 2018-2019 учебного года	нет
Закшевская Е.В. зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	18.06.2019	Потребности в корректировке нет. Рабочая программа и ФОС актуализированы для 2019-2020 учебного года	нет
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	16.06.2020 г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2020-2021 учебного года	-
Закшевская Е.В. Зав. кафедрой управления и маркетинга в АПК 	16.05.2021 г.	Не имеется Рабочая программа актуализирована для 2021-2022 учебного года	-
Колобаева А.А., председатель методической комиссии ФТТ 	21.06.2022, протокол №10	Нет Рабочая программа актуализирована для 2022-2023 учебного года	нет

Лист изменения рабочей программы

Номер изменения	Номер протокола заседания кафедры и дата	Страницы с изменениями	Перечень откорректированных пунктов	Подпись заведующего кафедрой