

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет психологии и философии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология потребителя

Кафедра общей и социальной психологии факультета психологии и философии

Образовательная программа
37.04.01 Психология

Профиль подготовки
Организационная психология

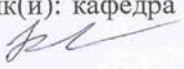
Уровень высшего образования
Магистратура

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: **вариативная**

Махачкала 2019

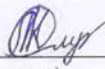
Рабочая программа дисциплины «Психология потребителя» составлена в 2019 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.04.01 Психология (уровень магистратура) от 23.09.2015г. №1043

Разработчик(и): кафедра общей и социальной психологии, Казиева Н.Н., к.пс.н., доцент 

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры общей и социальной психологии от 21.06.2019 г.,
протокол № 10
Зав. кафедрой  Казиева Н.Н.

(подпись)

На заседании Методической комиссии кафедры общей и социальной психологии от 28. 06.2019 г., протокол № 10

Председатель  Омарова М.К.

(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением « 28 » 06 2019. 

(подпись)

Рабочая программа дисциплины «Психология потребителя» составлена в 2019 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.04.01 Психология (уровень магистратура) от 23.09.2015г. №1043

Разработчик(и): кафедра общей и социальной психологии, Казиева Н.Н., к.пс.н., доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры общей и социальной психологии от 21.06.2019 г.,
протокол № 10
Зав. кафедрой _____ Казиева Н.Н.

(подпись)

На заседании Методической комиссии кафедры общей и социальной психологии от 28. 06.2019 г., протокол № 10

Председатель _____ Омарова М.К.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим

управлением «_____» _____20__г. _____
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Психология потребителя» является обязательной дисциплиной вариативной части образовательной программы магистратуры по направлению 37.04.01 Психология.

Дисциплина реализуется на факультете психологии и философии кафедрой общей и социальной психологии.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со знанием предпосылок возникновения науки о потребителе, внешние и внутренние факторы, влияющие на принятие решения о покупке, типы потребительского поведения, знать специфику российского потребителя, индивидуальные характеристики покупателя, а также его отношение к товару (услуге).

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК – 5, ПК- 6.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме доклада, реферата, теста и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Сем естр	Вс его	Учебные занятия				Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
		в том числе				
		Контактная работа обучающихся с преподавателем			СРС, в том числе экза мен	
		Всего	из них			
Лекции	Практические занятия					
С	72	16	4	12	56	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) «Психология потребителя» являются:

- формирование представлений о психологии потребителя;
- получение знаний о факторах, влияющих на поведение;
- знание особенностей выбора товаров и услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Психология потребителя» является обязательной дисциплиной вариативной части образовательной программы магистратуры по направлению 37.04.01 Психология.

Дисциплины, знание которых необходимо для изучения курса данной дисциплины:

- Психология воздействия;
- Научные школы и теории современной психологии.

Дисциплины, для которых необходимо изучение данной дисциплины:

- научно-исследовательская практика;
- преддипломная практика.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК – 5	готовность к диагностике, экспертизе и коррекции психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам	Знает: основные процедуры диагностики, экспертизы и коррекции психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам. Умеет: проводить диагностику, экспертизу и коррекцию психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам. Владеет: навыками диагностики, экспертизы и коррекции психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической,

		профессиональной и другим социальным группам.
ПК – 6	Способность создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека	Знает: процедуры создания программ, направленных на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека Умеет: создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека. Владет: навыками создания программ, направленных на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека.

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия		
	Модуль 1. Психология потребителя						
1	Основные понятия психологии потребителя	С	1	2	2	2	работа с лит.
2	Методы исследования психологии потребителя	С	1		2	4	работа с лит.
3	Мотивы потребительского поведения	С	2		2	2	групповое задание
4	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	С	2		2	4	доклад
5	Внутренние факторы поведения потребителей	С	3	2	2	4	реферат
6	Процесс принятия потребителями решения о покупке	С	3		2	4	тест

Модуль 2. Подготовка к экзамену								
7	Повторение изученных тем						36	экзамен
	ИТОГО: 72			4	12		56	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Семестр С.

Тема 1. Основные понятия психологии потребителя.

Психология потребителя – отрасль психологии, изучающая особенности потребительского рынка, человека как потребителя, субъекта и объекта рекламы. Психология потребителя изучает не только вкусовые пристрастия покупателя, динамику спроса и предложения различных товаров и услуг, но и личность, характерологические особенности покупателя. Опираясь на результаты исследований покупателя, можно разрабатывать эффективную рекламу, прогнозировать группу покупателей новых товаров и услуг, тенденции моды на определенный товар. Классификация теорий потребительского поведения: маржинальная, неоклассическая, теория рационального потребления, теория демонстративного потребления, бихейвористские теории. Социально-экономические корни теорий потребления и потребительского поведения. Понятия «потребитель», «потребление», «поведение потребителя». Поведение потребителя в процессе приобретения, потребления и избавления от товаров.

Тема 2. Методы исследования психологии потребителя.

Особенности взаимодействия человека с окружающей средой. Понятие гомеостаза. Определение адаптации. Уровни адаптации: физиологический, психический, социальный. Стресс и его стадии; общие черты психологического стресса. Пограничные состояния и адаптация. Механизмы психической адаптации по Ю.А. Александровскому.

Тема 3. Мотивы потребительского поведения.

Методы исследования психологии потребителя: наблюдение; опросы общественного мнения; фокус-группы. Проективные методики позволяют узнать реальное отношение клиента к товарам или услугам: ролевые игры; аналогии; психологические портреты; персонификации; некрологи.

Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.

Культура общества как основной фактор макро-влияния на потребительское поведение. Социальная стратификация общества и социальный статус личности как основа формирования поведения потребителей. Социальные группы и групповые коммуникации как фактор внешнего влияния на потребительское поведение. Семья (домохозяйство) как первичный внешний фактор поведения потребителя.

Тема 5. Внутренние факторы поведения потребителей.

Восприятие и обработка информации потребителем - основа механизма принятия решения о покупке. Факторы личного порядка и их влияние на поведение при покупке. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей. Обучение потребителя и роль информированности в процессе формирования покупательского поведения.

Тема 6. Процесс принятия потребителями решения о покупке.

Моделирование поведения потребителя на рынке и факторы ситуационного влияния на процесс решения о покупке. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке. Процессы осознания потребителем потребности в товаре и информационного

поиска. Оценка вариантов перед покупкой и формирование потребителем альтернатив покупательского решения. Покупка как основная стадия потребительского решения. Характеристика основных процессов послепокупочного поведения потребителя.

Темы практических занятий

Тема 1. Основные понятия психологии потребителя.

1. Психология потребителя как одна из отраслей организационной психологии.
2. Понятия «потребитель», «потребление», «поведение потребителя».
3. Поведение потребителя в процессе приобретения, потребления и избавления от товаров.

Тема 2. Методы исследования психологии потребителя.

1. Методы исследования психологии потребителя.
2. Метод наблюдения в исследовании поведения потребителя.
3. Опросы общественного мнения.
4. Метод фокус-группы в изучении психологии потребителя.

Тема 3. Мотивы потребительского поведения.

1. Потребности человека.
2. Мотивы поведения: понятие, виды, свойства.
3. Мотивы престижа.
4. Мотивы традиций.

Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.

1. Культура общества как основной фактор макро-влияния на потребительское поведение.
2. Социально-экономический статус личности как основа формирования поведения потребителей.
3. Социальные группы и групповые коммуникации как условие внешнего влияния на потребительское поведение.

Тема 5. Внутренние факторы поведения потребителей.

1. Восприятие и обработка информации потребителем.
2. Факторы личного порядка и их влияние на поведение при покупке.
3. Персональные ценности как личностные факторы поведения потребителей.
4. Влияние информированности в процессе формирования покупательского поведения.

Тема 6. Процесс принятия потребителями решения о покупке.

1. Моделирование поведения потребителя на рынке.
2. Факторы ситуационного влияния на процесс решения о покупке.
3. Процессы осознания потребителем потребности в товаре и информационного поиска.

5. Образовательные технологии

В рамках учебного курса предусмотрены коллективные формы обучения, а также предоставление студентам возможности индивидуального образования и самовыражения, с

учетов личных познавательных способностей и предпочтений.

В учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, применяются информационные технологии.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Основные понятия психологии потребителя.

Тематика докладов:

1. Классификация теорий потребительского поведения.
2. Социально-психологические корни теорий потребления и потребительского поведения.
3. Понятия «потребитель», «потребление», «поведение потребителя».
4. Поведение потребителя в процессе приобретения, потребления и избавления от товаров.

Тема 2. Методы исследования психологии потребителя.

Тематика докладов:

1. Проективные методики в изучении отношения клиента к товарам или услугам.
2. Применение ролевых игр в психологии потребителя.
3. Аналогии и психологические портреты в изучении поведения потребителя.

Тема 3. Мотивы потребительского поведения.

Тематика докладов:

1. Потребности и их удовлетворение.
2. Мотивы поведения: понятие, свойства, виды.
3. Утилитарный мотивы.
4. Эстетические мотивы.

Тема 4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.

Тематика докладов:

1. Социальные группы и групповые коммуникации как фактор внешнего влияния на потребительское поведение.
2. Социальная стратификация общества и социально-экономический статус личности как основа формирования поведения потребителей.
3. Семья и домохозяйство как первичный внешний фактор поведения потребителя.

Тема 5. Внутренние факторы поведения потребителей.

Тематика докладов:

1. Обучение потребителя и роль информированности в процессе формирования покупательского поведения.
2. Факторы личного порядка и их влияние на поведение при покупке.
3. Восприятие и обработка информации потребителем - основа механизма принятия решения о покупке.
4. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей.

Тема 6. Процесс принятия потребителями решения о покупке.

Тематика докладов, эссе:

1. Оценка вариантов перед покупкой и формирование потребителем альтернатив покупательского решения.
2. Покупка как основная стадия потребительского решения.
3. Характеристика основных процессов послепокупочного поведения потребителя.

Темы рефератов

1. Классификация теорий потребительского поведения.
2. Социально-психологические корни теорий потребления и потребительского поведения.
3. Понятия «потребитель», «потребление», «поведение потребителя».
4. Поведение потребителя в процессе приобретения, потребления и избавления от товаров.
5. Проективные методики в изучении отношения клиента к товарам или услугам.
6. Применение ролевых игр в психологии потребителя.
7. Аналогии и психологические портреты в изучении поведения потребителя.
8. Потребности и их удовлетворение.
9. Мотивы поведения: понятие, свойства, виды.
10. Утилитарный мотивы.
11. Эстетические мотивы.
12. Социальные группы и групповые коммуникации как фактор внешнего влияния на потребительское поведение.
13. Социальная стратификация общества и социально-экономический статус личности как основа формирования поведения потребителей.
14. Семья и домохозяйство как первичный внешний фактор поведения потребителя.
15. Обучение потребителя и роль информированности в процессе формирования покупательского поведения.
16. Факторы личного порядка и их влияние на поведение при покупке.
17. Восприятие и обработка информации потребителем - основа механизма принятия решения о покупке.
18. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей.
19. Оценка вариантов перед покупкой и формирование потребителем альтернатив покупательского решения.
20. Покупка как основная стадия потребительского решения.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Код и наименование компетенции по ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-5 готовность к диагностике, экспертизе и коррекции психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных	Знает: основные процедуры диагностики, экспертизы и коррекции психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим	Устный опрос, письменный опрос

этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам	социальным группам. Умеет: проводить диагностику, экспертизу и коррекцию психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам. Владеет: навыками диагностики, экспертизы и коррекции психологических свойств и состояний, психических процессов, различных видов деятельности человека в норме и патологии с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.	
ПК-6 способность создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека	Знает: процедуры создания программ, направленных на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека Умеет: создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека. Владеет: навыками создания программ, направленных на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека.	Устный опрос, письменный опрос

7.2. Типовые контрольные задания

Вопросы для итогового контроля.

1. Определение понятий «потребление», «потребитель», «потребительское поведение».
2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей как условия макро- и микросреды.

3. Концепция культуры, ее структура и роль в формировании потребительского поведения.
4. Классификация культурных ценностей потребителя.
5. Понятие «социальная стратификация общества» и концепция социального класса.
6. Детерминанты социального класса и социального статуса потребителя.
7. Понятие «социальная группа» и классификация групповой принадлежности потребителя.
8. Понятие «референтная группа». Виды референтных групп.
9. Определение межличностной коммуникации «из уст в уста». Типы коммуникаций.
10. Характеристика «влиятелей» как лидеров мнений.
11. Семья (домохозяйство) как основная единица потребления товаров и услуг.
12. Классификация ролей по принятию семьей (домохозяйством) решения о покупке.
13. Восприятие и обработка информации как основа механизма принятия решения о покупке.
14. Понятие об элементах процесса восприятия информации потребителем.
15. Память и ее роль в системе обработки информации потребителем. Виды памяти.
16. Понятие личности, ее внешняя и внутренняя структура.
17. Мотивация потребителя. Мотивы и их структура. Основные теории мотивации потребителя.
18. Эмоция. Характеристика эмоциональной сферы поведения потребителя.
19. Понятие о персональных ценностях потребителя (ценностных ориентациях).
20. Концепция и модели жизненного стиля потребителя. Классификация основных моделей.
21. Понятие о знаниях потребителя о товаре (уровне информированности).
22. Отношение потребителя к товару.
23. Многофакторные модели исследования отношения потребителя к товару.
24. Характеристика типов ситуаций: коммуникационная ситуация, ситуация покупки и ее использования.
25. Характеристика факторов ситуационного влияния на потребительское поведение.
26. Моделирование поведения потребителя. Модель «стимул-реакция».
27. Сущность решения потребителя о покупке как оценка различных атрибутов продукта.
28. Классификация типов решений потребителя о покупке. Характеристика процесса осознания потребности в товаре. Сущность стадии информационного поиска потребителя.
29. Процесс оценки и формирование потребителем альтернатив (вариантов) покупки.
30. Сакральное и языческое потребление в процессе использования купленного товара. Формирование оценки потребителем сделанной покупки.
31. Варианты оценки потребителем после потребления продукта. Варианты реакции потребителей, неудовлетворенных покупкой.
32. Показатели выбора источника и предмета покупки.
33. Внутримагазинные и внемагазинные факторы покупки.
34. Характеристика основных послепокупочных социальных процессов.
35. Понятие об «организационном покупателе». Модель «организационного поведения покупателя». Факторы организационного стиля.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 50 % и промежуточного контроля – 50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 20 баллов,
- участие на практических занятиях - 20 баллов,
- выполнение индивидуальных заданий – 30 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 30 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- письменная контрольная работа - 50 баллов,

- тестирование - 50 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Дубровин, И.А. Поведение потребителей: учебное пособие / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 312 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450723> (18.11.2018).
2. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей: практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 66 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863> (18.11.2018).
3. Меликян, О.М. Поведение потребителей: учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281> (18.11.2018).

б) дополнительная литература:

1. Антонова, Н.В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения: монография / Н.В. Антонова, О.И. Патоша; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. - 209 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486382> (18.11.2018).
2. Денисова, Е.С. Поведение потребителей: учебно-практическое пособие / Е.С. Денисова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 168 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90986> (18.11.2018).
3. Драганчук, Л.С. Поведение потребителей: теория и практика : монография / Л.С. Драганчук ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2011. - 195 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363984> (18.11.2018).
4. Купрейченко, А.Б. Психология доверия и недоверия / А.Б. Купрейченко. - Москва: Институт психологии РАН, 2008. - 570 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=127415> (18.11.2018).
5. Лебедев, А.Н. Личность в системе маркетинговых коммуникаций / А.Н. Лебедев, О.В. Гордякова ; учред. Российская академия наук; Институт психологии. - Москва: Институт психологии РАН, 2015. - 303 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430544> (18.11.2018).
6. Поведение потребителей : учебное пособие / под ред. Н.И. Лыгиной, Г.А. Васильева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 238 с. - Библиогр. в кн [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714> (18.11.2018).
7. Посыпанова, О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей : монография / О.С. Посыпанова. - Москва: Директ-Медиа, 2013. - 454 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142293> (18.11.2018).
8. Якушев, П.Ю. Влияние стереотипов поведения на потребностно-мотивационную сферу потребителей / П.Ю. Якушев. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 72 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86512> (18.11.2018).

9. Сазонов, И.Л. Экспериментальные исследования мотивации / И.Л. Сазонов. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 141 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143080> (18.11.2018).

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

В самостоятельной работе студента могут быть использованы кроме основной и дополнительной литературы следующие интернет ресурсы, доступ к которым предоставляет Научная библиотека Дагестанского государственного университета:

1. <http://elib.dgu.ru/?q=node/876> - Научная библиотека ДГУ
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks:
3. www.biblioclub.ru - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн (архив)»
4. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека
5. <http://нэб.рф/> - Национальная электронная библиотека
6. <http://window.edu.ru/> - Образовательный ресурс
7. <http://link.springer.com/> - Электронный ресурс Springer
8. webofknowledge.com – Международная база цитирования Web of Science
9. [http:// www. scopus.com/](http://www.scopus.com/) - Реферативная база данных Scopus
10. [http:// search. proquest.com/](http://search.proquest.com/) - База данных зарубежных диссертаций PQDT Global
11. [http://www. sciencemag.org/](http://www.sciencemag.org/) - Электронные ресурсы Science AAAS

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Лекция: написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.

Практические занятия: работа с конспектом лекций, рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Выполнение групповых заданий.

Индивидуальные задания: знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники. Проработка и оформление работы по выбранной теме.

Реферат: поиск литературы и составление библиографии, использование научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы.

Тестирование: решение итоговых тестовых заданий, с целью проверки усвоения знаний по курсу.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

При изучении дисциплины «Психология потребителя», использование справочно-информационных, контролирующих компьютерных программ не предусмотрено.

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

Аудиторные занятия проводятся в классах, оборудованных компьютером и проектором. Компьютер с доступом к сети Интернет.