

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра теоретической и прикладной экономики

СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ ЭКОНОМИКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.04.02 - Туризм

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Cultural Heritage Management and Sustainable Tourism»
«Сохранение культурного наследия и устойчивый туризм»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Современные тренды экономики потребления
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):
К.э.н., доцент, Джавадова Светлана Александровна

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теоретической и прикладной экономики
№2 от 28.09.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. Пояснительная записка | 5 |
| 1.1. Цель и задачи дисциплины | 5 |
| 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций | 5 |
| 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы | 5 |
| 2. Структура дисциплины..... | 5 |
| 3. Содержание дисциплины..... | 6 |
| 4. Образовательные технологии..... | 7 |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения | 7 |
| 5.1 Система оценивания | 7 |
| 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине..... | 7 |
| 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 9 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 13 |
| 6.1 Список источников и литературы | 13 |
| 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». | 13 |
| 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы..... | 14 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины | 14 |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов | 14 |
| 9. Методические материалы | 15 |
| 9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий | 15 |
| 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ . Ошибка! Закладка не определена. | |
| 9.3 Иные материалы..... Ошибка! Закладка не определена. | |
| Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины Ошибка! Закладка не определена. | |

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – знакомство слушателей с основными классификационными подходами в построении моделей поведения потребителей, факторами, влияющими на процесс принятия решений, а также с современными трендами экономики потребления.

Задачи дисциплины:

- Изучить механизмы формирования поведения потребителей;
- Проанализировать современные тренды экономики потребления;
- Освоить методы сбора информации о потребительском поведении;
- Дать оценку факторов, влияющих на потребительское поведение;

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные методы критического анализа;
- методологию системного подхода;
- содержание основных направлений теории поведенческой экономики;

Уметь:

- выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления;
- осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта;
- производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам поведенческой экономики

Владеть:

- технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;
- навыками критического анализа;
- навыками анализа поведения людей.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные тренды экономики потребления» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 академических часа.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий | Количество часов |
|---------|---------------------|------------------|
| 2 | Лекции | 10 |
| 2 | Семинары | 10 |

| | |
|--------|----|
| Всего: | 72 |
|--------|----|

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 52 академических часа.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий | Количество часов |
|---------|---------------------|------------------|
| 2 | Лекции | 8 |
| 2 | Семинары | 8 |
| Всего: | | 16 |

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 56 академических часов.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Семестр | Тип учебных занятий | Количество часов |
|---------|---------------------|------------------|
| 2 | Лекции | 4 |
| 2 | Семинары | 4 |
| Всего: | | 8 |

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 64 академических часа.

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|---|---|--|
| 1 | Становление и развитие «общества потребления» | Общая характеристика «общества потребления» Основные этапы в развитии «общества потребления» Эволюция развития поведенческой экономики Предмет исследования поведенческой экономики Особенности потребительского поведения |
| 2 | Модель принятия решения о покупке | Процесс принятия решения потребителем Типология покупательских решений Сущность мотивации и поведения потребителей |
| 3 | Особенности потребительского поведения (психографика) | Современные методы анализа потребительского поведения Сегментация рынка |
| 4 | Нейромаркетинг в нашей жизни | Основы нейромаркетинга Аромамаркетинг |

| | | |
|---|--|--|
| | | Психология запаха |
| 5 | Использование цвета в рекламе | Психология цвета Роль цвета в привлечении потребителей |
| 6 | Современные тренды потребительского поведения | Поколения: беби-бумеров, X, Y, Z, Альфа. Потребительские особенности всех поколений Современные тренды экономики потребления |
| 7 | Прогнозирование и управление поведением потребителей | Психология ценообразования Боль от потери денег |

4. Образовательные технологии

Для проведения занятий по дисциплине применяются такие образовательные технологии как онлайн-лекции, представление конспектов лекций и презентационного материала. К каждой лекции прилагаются контрольные вопросы для повторения и самопроверки, список рекомендуемой литературы.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

| Форма контроля | Макс. количество баллов | |
|---|-------------------------|-------------------|
| | За одну работу | Всего |
| Текущий контроль: | | |
| Тестирование | 10 | 60 баллов |
| Промежуточная аттестация – <i>зачет</i> | | 40 баллов |
| Итого за семестр | | 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 | | | 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/ A, B | «отлично»/ «зачтено (отлично)»/ | Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--|---|
| | «зачтено» | <p>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 аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--------------------------------------|--|
| 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.</p> <p>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.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p> |

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

Примерный вариант тестов для текущего контроля успеваемости

- В каком году была выдвинута идея товарного фетишизма?
 - в XXI
 - в XX
 - в XIX
 - в XVIII
- Кто из ученых предложил концепцию роскоши?
 - К.Маркс
 - Т.Вебер
 - Г.Зиммель
 - В.Зомбарт
- В какой период начинает формироваться «общество потребления»?
 - 90-00 гг XX века
 - 80-90 гг XX века
 - 70-80 гг XX века
 - 60-70 гг XX века
- Какая из нижеперечисленных черт не свойственна «обществу потребления»?
 - мелкие магазины вытесняют с рынка крупные торговые центры
 - благодаря интернету появилось новое информационное пространство и такая сфера экономики, как электронная коммерция;
 - развитие финансово-кредитного сектора оказало огромное влияние на желание людей относительно совершения той или иной покупки, а также на скорость принятия решения по ней, т.к. для некоторых приобретение той или иной вещи – это показатель статуса;
 - спорт и образование делают все, чтобы получить максимально возможный доход от продажи своих услуг.

5. Явление дауншифтинга – это философия, которая:
- пропагандирует общественные ценности
 - пропагандирует философию «жизнь ради себя»
 - Пропагандирует патриотизм
 - Пропагандирует потребление иностранных товаров
6. Что такое «симулякр»?
- это название самой модной новинки
 - это игра, которая очень точно симулирует реальность
 - Это копия несуществующего образа
 - Это тип женской одежды
7. Что из перечисленного мы не учитываем, когда принимаем решение о покупке товара:
- свой бюджет
 - информацию о товаре
 - опыт людей, которые этот товар использовали
 - информацию о стране производителе товара
8. Какой ученый не развивал направление поведенческая экономика?
- К.Маркс
 - Д.Канеман
 - Д.Ариели
 - Дж.Акерлоф
9. Как называются подсказки, напоминания, стимулы, которые мягко подталкивают людей в определенном направлении, оставляя за ними свободу выбора
- фрейминг
 - найджинг
 - эйджинг
 - хеджинг
10. Частью какого направления поведенческой экономики являются следующие эффекты: «боязнь потери», «разочарование» и «ошибка игрока»:
- эвристика
 - теория перспектив
 - Фрейм
11. Соотнесите подходы к анализу потребительского поведения которые были раньше и которые появились сейчас:

| | | | |
|---|--------------|----------------------------|---|
| 1 | Демография | Психография | А |
| 2 | Возраст, пол | Индивидуальные особенности | Б |
| 3 | Раса | Ценности | В |
| 4 | Локация | Интересы, образ жизни | Г |

| | | | |
|---|------------|---------------|---|
| 1 | Демография | Психография | А |
| 5 | Занятость | Мировоззрение | Д |

12. Модель АЮ позволяет объединить людей в зависимости от их (вычеркните лишнее):

- А. интересов
- Б. мнения
- В. образования
- Г. деятельности

13. Классическая модель VALS предлагает деление потребителей на группы в зависимости от: их мотивации к потреблению (1 группа) и в зависимости от личностных ценностей и жизненных ситуаций (2 группа). Вам необходимо распределить все перечисленные категории на 2 группы:

1. Выживающие (1)
2. Мейкеры (2)
3. Терпеливые (1)
4. Преуспевающие (1)
5. Консерваторы (2)
6. Выполняющие (2)
7. Индивидуалисты (1)
8. Социально-озабоченные (1)
9. Интегрированные (1)
10. Реализующие (2)
11. Убежденные (1)
12. Экспериментаторы (2)
13. Достигающие (2)
14. Подражающие (1)
15. Старающиеся (2)
16. Рискующие (1)
17. Нуждающиеся (2)

14. При делении людей по возрасту, каких возрастных категорий не существует (несколько правильных вариантов ответа):

- А. до 5 лет
- Б. 6-11 лет
- В. 13-21 лет
- Г. 26-30 лет

Примерный вариант тестов для промежуточной аттестации

1. Музыка, которая ассоциируется с тем или иным брендом и используют ее в любой рекламной компании называется:

- a. Фирменный голос
- b. Аудиологотип
- c. Корпоративный гимн
- d. Джингл
- e. Отбивка

2. Для каких сфер бизнеса специалисты советуют применять аромат кокоса, морского бриза, арбуза, фруктов:

- a. кофейни
- b. офисные помещения
- c. магазины одежды
- d. гостиницы, отели
- e. туристические компании

3. Кто из ученых предложил концепцию роскоши?

- a. К.Маркс
- b. Т.Вебер
- c. В.Зомбарг
- d. Г.Зиммель

4. Какие модели поведения существуют в зависимости от вовлеченности потребителя:

- a. модель поведения потребителя при несущественной вовлеченности
- b. модель поведения потребителя при низкой вовлеченности
- c. модель поведения потребителя при средней вовлеченности
- d. модель поведения потребителя при высокой вовлеченности

5. Расставьте правильно доли каждого поколения в общей численности населения России:

20,5%

28,7%

9,5%

16,3%

25%

Поколение X - ...%

Поколение Y - ...%

Беби-бумеры - ...%

Поколение Альфа - ...%

Поколение Z - ...%

6. В какой период начинает формироваться «общество потребления»?

- a. 90-00 гг XX века
- b. 80-90 гг XX века
- c. 60-70 гг XX века
- d. 70-80 гг XX века

7. Что лежит в основе формирования узлов ассоциативных сетей в человеческом мозге?

- a. опыт других людей
- b. семантический смысл
- c. чувственный опыт
- d. эмоции
- e. воспоминания
- f. страхи

8. Какому эффекту соответствует поведение потребителя, когда он полностью зависим от мнения окружающих людей и их мнения. Он вынужден покупать то, что ими будет приветствоваться и получит одобрение.

- a. «эффект сноба»
- b. гедонический эффект
- c. «эффект присоединения к большинству»
- d. «эффект перфекционизма»
- e. «эффект Веблена»

9. Модель АЮ позволяет объединить людей в зависимости от их (вычеркните лишнее):

- a. интересов
- b. образования
- c. деятельности
- d. мнения

10. Допустим купили товар по цене 100 рублей. На карту продавец возвращает вам баллы, в размере 10% от стоимости. В дальнейшем, вы можете потратить эти баллы для последующей скидки в соотношении 1 балл = 10 рублей. Какая реальная скидка с товара получается с купленного вами товара (в процентах)?

- a. 1%
- b. 20%
- c. 10%
- d. 15%

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Куренной В. Общество потребления. – Режим доступа: <https://postnauka.ru/faq/41327>

Гишинский Я. Девиантность в обществе потребления. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/deviantnost-v-obschestve-potrebleniya/viewer>

Социология потребления: учеб. пособие / М.Е. Родионова, С.В. Назаренко, Е.А. Агеева, Н.И. Киселева, К.В. Голубева. — Москва: ИНФРА-М, 2018. —189 с. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=329566>

Дубровин И.А.. Поведение потребителей: Учебное пособие/И.А.Дубровин.-4-е изд.- М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020.-310 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358446>

Наумов В.Н. Модели поведения потребителей в маркетинговых системах: Учебное пособие/СПб.: Изд-во НИЦ ИНФРА-М, 2020. – 240 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=357779>

Жильцова О.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие.- Изд. Вузовский учебник, 2022, - 320 с. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=414477>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером, проектором и аудиосистемой для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

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 EmBraille ViewPlus;
- 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/ практических/ лабораторных занятий

Цель семинарских занятий: научиться применять на практике все те навыки в области поведенческой экономики, которые были изучены на лекциях.

Семинар № 1

Тема «Становление и развитие «общества потребления»

Вопросы для обсуждения:

- Что лежит в основе «общества потребления»
- Основные этапы в развитии «общества потребления»
- Особенности потребительского поведения

Семинар № 2

Тема «Модель принятия решения о покупке «

Вопросы для обсуждения:

- Как выглядит процесс принятия решения потребителем
- Типология покупательских решений
- Сущность мотивации и поведения потребителей

Семинар № 3

Тема «Особенности потребительского поведения (психографика)»

Вопросы для обсуждения:

- Современные методы анализа потребительского поведения
- Сегментация рынка

Семинар № 4

Тема «Нейромаркетинг в нашей жизни»

Вопросы для обсуждения:

- Основы нейромаркетинга
- Аромамаркетинг
- Психология запаха

Семинар № 5

Тема «Использование цвета в рекламе»

Вопросы для обсуждения:

- Психология цвета
- Роль цвета в привлечении потребителей

Семинар № 6

Тема «Современные тренды потребительского поведения»

Вопросы для обсуждения:

- Поколения: беби-бумеров, X, Y, Z, Альфа.
- Потребительские особенности всех поколений
- Современные тренды экономики потребления

Семинар № 7

Тема «Прогнозирование и управление поведением потребителей»

Вопросы для обсуждения:

- Психология ценообразования
- Боль от потери денег

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – знакомство слушателей с основными классификационными подходами в построении моделей поведения потребителей, факторами, влияющими на процесс принятия решений, а также с современными трендами экономики потребления.

Задачи дисциплины:

- Изучить механизмы формирования поведения потребителей;
- Проанализировать современные тренды экономики потребления;
- Освоить методы сбора информации о потребительском поведении;
- Дать оценку факторов, влияющих на потребительское поведение;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные методы критического анализа;
- методологию системного подхода;
- содержание основных направлений теории поведенческой экономики;

Уметь:

- выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления;
- осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта;
- производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам поведенческой экономики

Владеть:

- технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;
- навыками критического анализа;
- навыками анализа поведения людей.

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF RUSSIA



Federal State Budgetary Educational Institution
higher education

"Russian State Humanitarian University"
(FSBEI HE "RGGU")

FACULTY OF ECONOMICS
Department of Theoretical and Applied Economics

MODERN TRENDS IN CONSUMPTION ECONOMY

DISCIPLINE WORK PROGRAM

43.04.02 - Tourism

Code and name of the area of training/specialty

"Cultural Heritage Management and Sustainable Tourism"

"Cultural Heritage Conservation and Sustainable Tourism"

Name of focus (profile)/specialization

Level of higher education: *master's degree*

Form of study: *full-time*

RPD adapted for persons
disabled
health and disabled

Modern trends in consumer economics
Work program of the discipline (*module*)

Compiled by(s):

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Svetlana Aleksandrovna Javadova

APPROVED

Minutes of the meeting of the Department of Theoretical and Applied Economics
No. 2 from 09/28/2022

TABLE OF CONTENTS

| | |
|--|--|
| <u>1. Explanatory note</u> | 5 |
| <u>1.1. Goal and objectives of discipline</u> | 5 |
| <u>1.2. List of planned learning outcomes in the discipline, correlated with indicators of achievement of competencies</u> | 5 |
| <u>1.3. Place of discipline in the structure of the educational program</u> | 5 |
| <u>2. Structure of discipline</u> | 5 |
| <u>3. Contents of discipline</u> | 6 |
| <u>4. Educational technologies</u> | 7 |
| <u>5. Assessment of planned learning outcomes</u> | 7 |
| <u>5.1 Grading system</u> | 7 |
| <u>5.2 Criteria for grading in discipline</u> | 7 |
| <u>5.3 Evaluation tools (materials) for ongoing monitoring of progress, intermediate certification of students in discipline</u> | 9 |
| <u>6. Educational, methodological and information support for discipline</u> | 13 |
| <u>6.1 List of sources and literature</u> | 13 |
| <u>6.2 List of resources of the information and telecommunications network "Internet".</u> | 13 |
| <u>6.3 Professional databases and information and reference systems</u> | 14 |
| <u>7. Logistics support for discipline</u> | 14 |
| <u>8. Ensuring the educational process for persons with disabilities and disabled people</u> | 14 |
| <u>9. Teaching materials</u> | 15 |
| <u>9.1 Seminar/practical/laboratory lesson plans</u> | 15 |
| <u>9.2 Guidelines for preparing written work</u> | Ошибка! Закладка не определена. |
| <u>9.3 Other materials</u> | Ошибка! Закладка не определена. |
| <u>Appendix 1. Abstract of the work program of discipline</u> | Ошибка! Закладка не определена. |

10. Explanatory note

1.3. Purpose and objectives of the discipline

The purpose of the discipline is to familiarize students with the main classification approaches in constructing models of consumer behavior, factors influencing the decision-making process, as well as modern trends in consumer economics.

Objectives of the discipline:

- Study the mechanisms of formation of consumer behavior;
- Analyze modern trends in consumption economy;
- Master methods of collecting information about consumer behavior;
- Assess the factors influencing consumer behavior;

1.4. List of planned learning outcomes in the discipline .

As a result of mastering the discipline, the student must:

Know:

- basic methods of critical analysis;
- methodology of the systems approach;
- content of the main directions of the theory of behavioral economics;

Be able to:

- identify problem situations using methods of analysis, synthesis and abstract thinking;
- search for solutions to problem situations based on actions, experiment and experience;
- analyze phenomena and process the results obtained;
- formulate and defend your own position on various problems of behavioral economics

Own:

- technologies for solving problem situations, skills in developing action strategies;
- critical analysis skills;
- skills in analyzing people's behavior.

1.3. Place of discipline in the structure of the educational program

The discipline “Modern trends in consumer economics” is one of the optional disciplines of the curriculum.

11. Discipline structure

The total labor intensity of the discipline is 2 credits , 72 academic hours.

Discipline structure for full-time education

The scope of the discipline in the form of contact work between students and teaching staff and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other terms during training sessions:

| Semester | Type of training sessions | Number of hours |
|----------|---------------------------|-----------------|
| 2 | Lectures | 10 |
| 2 | Seminars | 10 |
| Total: | | 72 |

The volume of the discipline (module) in the form of independent work of students is 52 academic hours.

Discipline structure for full-time and part-time courses

The scope of the discipline in the form of of contact work between students and teaching staff and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other terms during training sessions:

| Semester | Type of training sessions | Number of hours |
|----------|---------------------------|-----------------|
| 2 | Lectures | 8 |
| 2 | Seminars | 8 |
| Total: | | 16 |

The volume of the discipline (module) in the form of independent work of students is 56 academic hours.

Discipline structure for distance learning

The scope of the discipline in the form of of contact work between students and teaching staff and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other terms during training sessions:

| Semester | Type of training sessions | Number of hours |
|----------|---------------------------|-----------------|
| 2 | Lectures | 4 |
| 2 | Seminars | 4 |
| Total: | | 8 |

The volume of the discipline (module) in the form of independent work of students is 64 academic hours.

12. Contents of the discipline

| No. | Name of the discipline section | Content |
|-----|---|--|
| 1 | Formation and development of the “consumer society” | General characteristics of the “consumer society” Main stages in the development of the “consumer society” Evolution of the development of behavioral economics Subject of study of behavioral economics Features of consumer behavior |
| 2 | Purchase decision model | Consumer Decision Process Typology of purchasing decisions The essence of consumer motivation and behavior |
| 3 | Features of consumer behavior (psychographics) | Modern methods of consumer behavior analysis Market segmentation |
| 4 | Neuromarketing in our lives | Neuromarketing Basics Aromacreating Psychology of smell |
| 5 | Use of color in advertising | Psychology of color The role of color in attracting consumers |
| 6 | Modern trends in consumer behavior | Generations: Baby Boomers , X , Y , Z , Alpha. |

| | | |
|---|--|--|
| | | Consumer characteristics of all generations Modern trends in consumer economics |
| 7 | Forecasting and managing consumer behavior | Psychology of Pricing The pain of losing money |

13. Educational technology

To conduct classes in the discipline, educational technologies such as online lectures, presentation of lecture notes and presentation material are used. Each lecture is accompanied by control questions for repetition and self-test, and a list of recommended literature.

14. Assessment of planned learning outcomes

14.1 Grading system

| form of control | Max. number of points | |
|-------------------------------------|-----------------------|------------|
| | For one job | Total |
| Current control: | | |
| Testing | 10 | 60 points |
| Interim certification - <i>test</i> | | 40 points |
| Total for the semester | | 100 points |

The resulting aggregate result is converted into the traditional grading scale and into the grading scale of the European Credit Transfer and Accumulation System (European Credit Transfer System ; hereinafter referred to as ECTS) in accordance with the table:

| 100 point scale | Traditional scale | ECTS scale |
|-----------------|-------------------|--------------|
| 95 – 100 | Great | A |
| 83 – 94 | | B |
| 68 – 82 | | C |
| 56 – 67 | satisfactorily | D |
| 50 - _ 55 | | E |
| 20 – 49 | unsatisfactory | FX |
| 0 – 19 | | not accepted |

14.2 Criteria for grading the discipline

| Points/ ECTS scale | Discipline grade | Criteria for assessing learning outcomes in the discipline |
|-----------------------|---|--|
| 100-83/ A, B | " Great"/ "passed (excellent)" "passed" | It is awarded to the student if he has deeply and firmly mastered the theoretical and practical material and can demonstrate this in classes and during intermediate certification. The student presents educational material comprehensively and logically, knows how to link theory with practice, copes with solving professional problems of a high level of complexity, and correctly substantiates the decisions made. Fluently navigates educational and professional literature. The grade for the discipline is given to the student taking into account the results of the current and intermediate certification. |

| Points/ ECTS scale | Discipline grade | Criteria for assessing learning outcomes in the discipline |
|-----------------------|---|--|
| | | The competencies assigned to the discipline are formed at the “high” level. |
| 82-68/ C | " Fine"/ “passed (good)”/ "passed" | <p>It is awarded to the student if he knows the theoretical and practical material, presents it competently and essentially in classes and during intermediate certification, without allowing significant inaccuracies.</p> <p>The student correctly applies theoretical principles when solving practical professional problems of varying levels of complexity, and has the necessary skills and techniques for this.</p> <p>He is well versed in educational and professional literature. The grade for the discipline is given to the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>The competencies assigned to the discipline are formed at the “ good ” <i>level</i> .</p> |
| 67-50/ D, E | “satisfactory ” / “passed (satisfactorily)”/ "passed" | <p>It is awarded to the student if he knows theoretical and practical material at a basic level and makes some mistakes when presenting it in class and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences certain difficulties in applying theoretical principles when solving practical problems of a professional nature of a standard level of complexity, but possesses the necessary basic skills and techniques.</p> <p>Demonstrates a sufficient level of knowledge of educational literature in the discipline.</p> <p>The grade for the discipline is given to the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>The competencies assigned to the discipline are formed at the “sufficient ” <i>level</i> .</p> |
| 49-0/ F,FX | " unsatisfactory"/ not accepted | <p>It is given to a student if he does not know theoretical and practical material at a basic level, or makes gross mistakes when presenting it in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences serious difficulties in applying theoretical principles when solving practical professional problems of a standard level of complexity, and does not possess the necessary skills and techniques for this.</p> <p>Demonstrates fragmentary knowledge of educational literature in the discipline.</p> <p>The grade for the discipline is given to the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies at the “sufficient ” <i>level</i> assigned to the discipline have not been formed.</p> |

14.3 Assessment tools (materials) for ongoing monitoring of progress, intermediate certification of students in the discipline

An approximate version of tests for ongoing progress monitoring

15. In what year was the idea of commodity fetishism put forward?
 A. in XXI
 B. in XX
 Century in XIX
 G. In the XVIII
16. Which scientist proposed the concept of luxury?
 A. K. Marx
 B. T. Weber
 V. G. Simmel
 G. V. Zombarg
17. In what period does the “consumer society” begin to take shape?
 A. 90-00 of the twentieth century
 B. 80-90 years of the twentieth century
 B. 70-80 years of the twentieth century
 60-70 years of the twentieth century
18. Which of the following features is not characteristic of a “consumer society”?
 A. small stores are pushing large shopping centers out of the market
 B. thanks to the Internet, a new information space and such sphere of the economy as e-commerce have appeared;
 B. the development of the financial and credit sector had a huge impact on people’s desire to make a particular purchase, as well as on the speed of decision-making on it, because for some, the acquisition of this or that thing is an indicator of status;
 D. sports and education are doing everything to get the maximum possible income from the sale of their services.
19. The phenomenon of downshifting is a philosophy that:
 A. promotes social values
 B. promotes the philosophy of “life for oneself”
 B. Promotes patriotism
 D. Promotes the consumption of foreign goods
20. What is a "simulacrum"?
 A. this is the name of the most fashionable new item
 B. this is a game that very accurately simulates reality
 B. This is a copy of a non-existent image
 C. This is a type of women's clothing
21. Which of the following do we not take into account when making a decision to purchase a product:
 A. your budget
 B. product information
 B. the experience of people who have used this product
 D. information about the country of origin of the product
22. What scientist has not developed the field of behavioral economics?
 A. K. Marx
 B. D. Kahneman
 V. D. Arieli

G. J. Akerlof

23. What are the names of hints, reminders, incentives that gently push people in a certain direction, leaving them freedom of choice?

- A. framing
- B. nying
- V. aging
- G. hedging

24. Which branch of behavioral economics are part of the following effects: “fear of loss”, “disappointment” and “gambler’s fallacy”:

- A. heuristics
- B. prospect theory
- V. Frame

25. Compare the approaches to analyzing consumer behavior that existed before and those that have appeared now:

| | | | |
|---|-------------|----------------------------|----|
| 1 | Demography | Psychography | A |
| 2 | Age, gender | Individual characteristics | B |
| 3 | Race | Values | IN |
| 4 | Location | Interests, lifestyle | G |
| 5 | Employment | Worldview | D |

26. AIO model allows you to unite people depending on their (cross out):

- A. interests
- B. opinions
- B. education
- G. activities

27. VALS model suggests dividing consumers into groups depending on: their motivation for consumption (group 1) and depending on personal values and life situations (group 2). You need to divide all the listed categories into 2 groups:

- 18. Survivors (1)
- 19. Makers (2)
- 20. Patient (1)
- 21. Successful (1)
- 22. Conservatives (2)
- 23. Performing (2)
- 24. Individualists (1)
- 25. Socially Concerned (1)
- 26. Integrated (1)
- 27. Implementing (2)
- 28. Convinced (1)

- 29. Experimenters (2)
- 30. Achievers (2)
- 31. Copycats (1)
- 32. Trying (2)
- 33. Risk takers (1)
- 34. Needy (2)

28. When dividing people by age, what age categories do not exist (several correct answer options):

- A. up to 5 years
- B. 6-11 years old
- B. 13-21 years old
- G. 26-30 years old

Sample version of tests for intermediate certification

6. Music that is associated with a particular brand and used in any advertising campaign is called :

- f. Branded voice
- g. Audio logo
- h. Corporate anthem
- i. Jingle
- j. Chop

7. For which areas of business do experts recommend using the aroma of coconut, sea breeze, watermelon, fruit:

- d. coffee shops
- e. office rooms
- f. clothing stores
- d. hotels, hotels
- e. travel companies

8. Which scientist proposed the concept of luxury?

- e. K. Marx
- f. T. Weber
- g. V. Zombarg
- h. G. Simmel

9. What behavioral models exist depending on consumer involvement:

- e. model of consumer behavior with insignificant involvement
- f. model of consumer behavior with low involvement
- g. model of consumer behavior with average involvement
- h. model of consumer behavior with high involvement

10. Place the correct shares of each generation in the total population of Russia:

- 20.5%
- 28.7%
- 9.5%
- 16.3%
- 25%

Generation X - ...%
 Generation Y - ...%
 Baby Boomers - ...%
 Generation Alpha - ...%
 Generation Z - ...%

6. In what period does the “consumer society” begin to take shape?
- 90-00 years of the twentieth century
 - 80-90 years of the twentieth century
 - 60-70s of the twentieth century
 - 70-80s of the twentieth century
11. What underlies the formation of nodes of associative networks in the human brain?
- other people's experiences
 - semantic meaning
 - sensory experience
 - emotions
 - memories
 - fears
12. What effect does consumer behavior correspond to when he is completely dependent on the opinions of the people around him and their opinions? He is forced to buy something that will be welcomed and approved by them.
- "snob effect"
 - hedonic effect
 - "joining the majority effect"
 - "perfectionism effect"
 - "Veblen effect"
13. The AIO model allows you to unite people depending on their (cross out):
- interests
 - education
 - activities
 - opinions
14. Let's say you bought a product at a price of 100 rubles. The seller returns points to you on the card in the amount of 10% of the cost. In the future, you can use these points for a subsequent discount in the ratio of 1 point = 10 rubles. What is the real discount on the product you purchased (in percentage)?
- 1%
 - 20%
 - 10%
 - 15%

15. Educational, methodological and information support of the discipline

15.1 List of sources and literature

- Kurennoy V. Consumer society. – Access mode: <https://postnauka.ru/faq/41327>
- Gilinsky Ya. Deviance in a consumer society. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/deviantnost-v-obschestve-potrebleniya/viewer>
- Sociology of consumption: textbook. allowance / M.E. Rodionova, S.V. Nazarenko, E.A. Ageeva, N.I. Kiseleva, K.V. Golubeva. — Moscow: INFRA-M, 2018. —189 p. — Access mode: <https://znanium.com/catalog/document?id=329566>
- Dubrovin I.A.. Consumer behavior: Textbook / I.A. Dubrovin. - 4th ed. - M.: Publishing and trading corporation "Dashkov and K", 2020. - 310 p. Access mode: <https://znanium.com/catalog/document?id=358446>
- Naumov V.N. Models of consumer behavior in marketing systems: Educational allowance/ St. Petersburg: Publishing house of Scientific Research Center INFRA-M, 2020. – 240 With. Access mode: <https://znanium.com/catalog/document?id=357779>
- Zhiltsova O.N. Consumer behavior : Textbook.- Ed. University textbook, 2022, - 320 p. Access mode: <https://znanium.com/catalog/document?id=414477>

15.2 List of resources of the information and telecommunications network “Internet”.

ELibrary.ru Scientific electronic library www.library.ru

15.3 Professional databases and information and reference systems

Access to professional databases: <https://liber.rsu.ru/ru/bases>

Information help systems:

3. Consultant Plus
4. Guarantee

16. Material and technical support of the discipline

To ensure discipline, the material and technical base of the educational institution is used: classrooms equipped with a computer, projector and audio system for demonstrating educational materials.

Software composition:

- 1.Windows
- 2.Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

17. Ensuring the educational process for persons with disabilities and people with disabilities

During the implementation of the discipline, the following additional methods of teaching, ongoing monitoring of progress and intermediate certification of students are used, depending on their individual characteristics:

- for the blind and visually impaired: lectures are presented in the form of an electronic document, accessible using a computer with specialized software; written tasks are performed on a computer with specialized software or can be replaced by an oral response; individual uniform lighting of at least 300 lux is provided; To complete the task, if necessary, a magnifying device is provided; It is also possible

to use your own magnifying devices; written assignments are presented in larger font; The exam and test are conducted orally or performed in writing on a computer.

- for the deaf and hard of hearing: lectures are issued in the form of an electronic document, or sound amplification equipment for individual use is provided; written assignments are completed on a computer in written form; the exam and test are carried out in writing on a computer; may be carried out in the form of testing.

- for persons with musculoskeletal disorders: lectures are presented in the form of an electronic document accessible using a computer with specialized software; written tasks are completed on a computer with specialized software; The exam and test are conducted orally or performed in writing on a computer.

If necessary, an increase in time for preparing a response is provided.

The procedure for conducting intermediate certification for students is established taking into account their individual psychophysical characteristics. Interim certification can be carried out in several stages.

When carrying out the procedure for assessing learning outcomes, the use of technical means necessary in connection with the individual characteristics of students is provided. These facilities may be provided by the university, or their own technical facilities may be used.

The procedure for assessing learning outcomes is permitted using distance learning technologies.

Access to information and bibliographic resources on the Internet is provided for each student in forms adapted to the limitations of their health and perception of information:

- for the blind and visually impaired: in printed form in enlarged font, in the form of an electronic document, in the form of an audio file.
- for the deaf and hard of hearing: in printed form, in the form of an electronic document.
- for students with musculoskeletal disorders: in printed form, in the form of an electronic document, in the form of an audio file.

Classrooms for all types of contact and independent work, a scientific library and other training premises are equipped with special equipment and training places with technical teaching aids:

- for the blind and visually impaired: a scanning and reading device with a SARA CE camera; Braille display PAC Mate 20; Braille printer EmBraille View Plus ;
- for the deaf and hard of hearing: automated workstation for people with hearing loss and hard of hearing; acoustic amplifier and speakers;
- for students with musculoskeletal disorders: mobile, adjustable ergonomic desks SI-1; computer equipment with special software.

18. Methodological materials

18.1 Seminar/practical/laboratory lesson plans

The purpose of the seminar classes: to learn to apply in practice all those skills in the field of behavioral economics that were learned in lectures.

Seminar No. 1

Topic: “ The formation and development of a “consumer society”

Issues for discussion:

- What underlies the “consumer society”
- Main stages in the development of the “consumer society”
- Features of consumer behavior

Seminar No. 2

Topic: “ Purchase decision model”

Issues for discussion:

- What does the consumer decision-making process look like?
- Typology of purchasing decisions
- The essence of consumer motivation and behavior

Seminar No. 3**Topic: “ Features of consumer behavior (psychographics)”**

Issues for discussion:

- Modern methods of consumer behavior analysis
- Market segmentation

Seminar No. 4**Topic: “ Neuromarketing in our lives”**

Issues for discussion:

- Neuromarketing Basics
- Aromacreating
- Psychology of smell

Seminar No. 5**Topic: “ Use of color in advertising”**

Issues for discussion:

- Psychology of color
- The role of color in attracting consumers

Seminar No. 6**Topic: “ Modern trends in consumer behavior”**

Issues for discussion:

- Generations: Baby Boomers , X , Y , Z , Alpha.
- Consumer characteristics of all generations
- Modern trends in consumer economics

Seminar No. 7**Topic: “ Forecasting and managing consumer behavior”**

Issues for discussion:

- Psychology of Pricing
- The pain of losing money

ABSTRACT OF THE DISCIPLINE WORK PROGRAM

The purpose of the discipline is to familiarize students with the main classification approaches in constructing models of consumer behavior, factors influencing the decision-making process, as well as modern trends in consumer economics.

Objectives of the discipline:

- Study the mechanisms of formation of consumer behavior;
- Analyze modern trends in consumption economy;
- Master methods of collecting information about consumer behavior;
- Assess the factors influencing consumer behavior;

As a result of mastering the discipline, the student must:

Know:

- basic methods of critical analysis;
- methodology of the systems approach;
- content of the main directions of the theory of behavioral economics;

Be able to:

- identify problem situations using methods of analysis, synthesis and abstract thinking;
- search for solutions to problem situations based on actions, experiment and experience;
- analyze phenomena and process the results obtained;
- formulate and defend your own position on various problems of behavioral economics

Own:

- technologies for solving problem situations, skills in developing action strategies;
- critical analysis skills;
- skills in analyzing people's behavior.