

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный технический университет»
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебной работе
_____ Э.Ю. Майкова
« ____ » « _____ » 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины элективной дисциплины части, формируемой участниками
образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)»

«Потребительское поведение»

Направление подготовки бакалавров 43.03.01 Сервис

Направленность (Профиль) – Социально-культурный сервис
Типы задач профессиональной деятельности: сервисный

Форма обучения – очная, заочная.

Факультет управления и социальных коммуникаций
Кафедра социологии и социальных технологий

Тверь 20 ____

Рабочая программа дисциплины соответствует ОХОП подготовки бакалавров в части требований к результатам обучения по дисциплине и учебному плану.

Разработчик программы: доцент кафедры ССТ

О.Ю. Верпатова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ССТ

« « _____ г., протокол № _____.

Заведующий кафедрой

Э.Ю. Майкова

Согласовано:

Начальник учебно-методического
отдела УМУ

Е.Э. Наумова

Начальник отдела
комплектования
зональной научной библиотеки

О.Ф. Жмыхова

1. Цели и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Потребительское поведение» - дать студентам представление о процессе и особенностях потребления, а так же особенностях потребительского поведения.

Задачами дисциплины являются:

- Исследование механизмов принятия решений о покупке или отказе от них;
- Сравнить экономический, социологический и маркетинговый подходы к анализу потребления
- Изучение психологических аспектов мотивации поведения потребителей;
- Анализ индивидуальных различий потребителей;
- Исследование факторов поведения потребителя;
- Рассмотреть методы эмпирических исследований потребления и основные результаты в этой области
- Формирование умения разрабатывать эффективные стратегии
- влияния на поведение потребителей.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Данная дисциплина тесно связана с изучением таких дисциплин как «Сервисология», «Сервисная деятельность», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе», «Анимационный сервис». Знания, полученные при изучении данной дисциплины, могут быть использованы при изучении «Инноваций социально-культурном сервисе» и «Индустрии развлечений», а так же при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция, закрепленная за дисциплиной в ОХОП:

ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов.

Индикаторы компетенции, закреплённые за дисциплиной в ОХОП:

ИОПК-4.2. Организует продвижение и продажу сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий.

Знать:

З 1.1: Основы процесса продвижение сервисного продукта

З 1.2: Основные характеристики и типы потребителей и потребительского поведения

З 1.3: Современные онлайн и интернет-технологий, направленные на продвижение и продажу сервисных продуктов и их особенности

Уметь:

У 1.1: Учитывать особенности различных категорий потребителей при выборе технологий сервисной деятельности и организации продаж.

У 1.2: Налаживать отношения с клиентами исходя из потребительски-ориентированной модели бизнеса.

У 1.3: Использовать онлайн сервисы и интернет-технологии при организации продвижения и продажи сервисных продуктов

Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций

ИОПК-4.3. Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг.

Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций

Знать:

3 2.1. Основные особенности сбыта сервисных продуктов и услуг

3 2.2. Характеристики различных каналов сбыта и их характеристики

Уметь:

У 2.1: Учитывать особенности типа сервисного продукта и услуги для выбора оптимального канала сбыта.

У 2.2: Учитывать требования и характеристики потребителей для оптимизации процесса сбыта.

4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы.

Таблица 1а. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы.

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Академические часы
Общая трудоемкость дисциплины	2	72
Аудиторные занятия (всего)		39
В том числе:		
Лекции		13
Практические занятия (ПЗ)		26
Лабораторные работы (ЛР)		не предусмотрены
Самостоятельная работа обучающихся (всего)		33
В том числе:		
Курсовая работа		не предусмотрена
Курсовой проект		не предусмотрен
Расчетно-графические работы		не предусмотрены
Реферат		не предусмотрен
Другие виды самостоятельной работы: - подготовка к практическим занятиям		13
Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (зачет)		20
Практическая подготовка при реализации дисциплины (всего)		0

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 1б. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Академические часы
Общая трудоемкость дисциплины	2	72
Аудиторные занятия (всего)		6
В том числе:		
Лекции		2
Практические занятия (ПЗ)		4
Лабораторные работы (ЛР)		не предусмотрены
Самостоятельная работа обучающихся (всего)		62+4(зач)
В том числе:		
Курсовая работа		не предусмотрена
Курсовой проект		не предусмотрен
Расчетно-графические работы		не предусмотрены
Реферат		не предусмотрен
Другие виды самостоятельной работы:		
-подготовка к практическим занятиям		42
-выполнение контрольной работы		20
Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (зачет)		4
Практическая подготовка при реализации дисциплины (всего)		0

5. Структура и содержание дисциплины.

5.1. Структура дисциплины.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2а. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы

№	Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Практич. занятия	Сам. работа
1	Понятие потребления и основные теории потребления	18	3	7	8
2	Характеристики и институты потребления	18	3	7	8
3	Факторы и модели потребительского поведения	18	4	6	8
4	Исследование потребительского поведения	18	3	6	9
Всего на дисциплину		72	13	26	33

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2б. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы

№	Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Практич. занятия	Сам. работа
1	Понятие потребления и основные теории потребления	16	1	0	15
2	Характеристики и институты потребления	20	0	2	18
3	Факторы и модели потребительского поведения	20	1	0	19
4	Исследование потребительского поведения	16	0	2	14
Всего на дисциплину		72	2	4	66

5.2. Содержание дисциплины.

МОДУЛЬ 1 ПОНЯТИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ТЕОРИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ:

Понятие потребления. Потребительское поведение как деятельность. Характеристики процесса потребления. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в экономике и социологии.

Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях. Аксиомы и основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Кривые Энгеля. Понятие функции потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора. Обзор моделей функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора и др. (Дж. Кейнс, Дж. Дьюзенберри, М. Фридмен, Ф. Модильяни, А. Дитон). Ограниченность модели потребления в экономической теории.

Потребление и социальная включенность. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур). Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен). «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).

МОДУЛЬ 2 ХАРАКТЕРИСТИКИ И ИНСТИТУТЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ:

Институты потребления. Каналы продвижения. Каналы сбыта. Особенности продвижения товарных продуктов и услуг. Специфика продвижения и сбыта сервисных продуктов. Функции шоппинга. Особенности потребления в сфере питания. Причины отказа от различных видов пищи. Особенности потребления услуг. Индустрия развлечений. Концепция «третьего места». Продажа ощущений и эмоций.

Каналы сбыта. Характеристики и основные особенности выбора каналов сбыта. Характеристики разных каналов. Использование онлайн сервисов и информационных технологий в реализации продвижения. Основные современные онлайн и информационные ресурсы.

МОДУЛЬ 3 ФАКТОРЫ И МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Потребление и покупка. Модель покупательского поведения. Модель процесса принятия решения: осознание потребности, поиск информации, оценка вариантов, акт покупки, потребление, оценка альтернатив после покупки, освобождение. Типы процессов принятия решений. Ценовые и неценовые факторы покупательского поведения. Влияние на потребительское поведение различий в доходах, семейных ролей, гендерных аспектов, ценностей и образа жизни. Знания и отношение потребителей к товару и его изучение. Понятие маркетинга и продвижение товаров. Психология покупателя. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама. Организация торговли. Формы торговли. Консьюмеризм и права потребителей.

МОДУЛЬ 4 ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ:

Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности). Потребительские расходы. Индекс потребительских цен. Индекс потребительских настроений (Дж. Катона). Плановая экономика и моделирование потребления.

Методы изучения потребления. Типологический подход. Типологическая модель. Факторы, влияющие на потребление: доходы, профессия, пол, возраст, образование, семья и дети, национальные и региональные особенности, религия. Поколения и жизненный цикл. Исследования потребления в СССР и в России.

5.3. Лабораторный практикум

Учебным планом не предусмотрены.

5.4. Практические и (или) семинарские занятия.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а: Тематика, форма практических занятий (ПЗ) и их трудоемкость

№	Модуль	Темы	Труд-ть в часах
1.	Модуль 1 Понятие потребления и основные теории потребления Цель: Рассмотреть основные подходы к пониманию потребления как процесса	Культурологический подход к потреблению Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения Экономический подход к потребительскому поведению Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса	7
2.	Модуль 2 Характеристики и институты потребления Цель: Проанализировать основные категории потребления как экономического института	Избыточное и осознанное потребление Концепция «третьего места» Каналы сбыта Онлайн и оффлайн каналы распространения Инструменты продвижения на	7

		современном рынке	
3.	Модуль 3 Факторы и модели потребительского поведения Цель: Рассмотреть ключевые факторы и выделить наиболее распространенные модели поведения потребителей	Этапы процесса потребления Тип потребления Структура потребления Неценовые критерии выбора Модели поведения потребителей	6
4.	Модуль 4 Исследование потребительского поведения Цель: Выделить основные приемы и методы изучения потребительского поведения	Методы исследования поведения потребителей Источники информации для анализа потребительского поведения Маркетинговые исследования в области изучения потребительского поведения Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ). TGI-Russia – Российский Индекс Целевых Групп.	6

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 36. Тематика, форма практических занятий (ПЗ) и их трудоемкость

№	Модуль	Темы	Труд-ть в часах
1.	Модуль 1 Понятие потребления и основные теории потребления Цель: Рассмотреть основные подходы к пониманию потребления как процесса		0
2.	Модуль 2 Характеристики и институты потребления Цель: Проанализировать основные категории потребления как экономического института	Избыточное и осознанное потребление Концепция «третьего места» Каналы сбыта Онлайн и оффлайн каналы распространения Инструменты продвижения на современном рынке	2
3.	Модуль 3 Факторы и модели потребительского поведения Цель: Рассмотреть ключевые факторы и выделить наиболее распространенные модели поведения потребителей	Этапы процесса потребления Тип потребления Структура потребления Неценовые критерии выбора Модели поведения потребителей	2
4.	Модуль 4 Исследование потребительского поведения Цель: Выделить основные приемы и методы изучения потребительского поведения		0

6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль успеваемости.

6.1. Цели самостоятельной работы

Формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

6.2. Организация и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем курса по заданию преподавателя по рекомендуемой им учебной литературе, в подготовке к текущему контролю успеваемости, зачету.

Вводные лекции посвящены обозначению содержания дисциплины, ее проблематики и практической значимости.

В рамках дисциплины выполняется 8 практических работ, которые защищаются посредством устного опроса. Максимальная оценка за каждую выполненную практическую работу – 5 баллов, минимальная – 3 балла.

Выполнение всех практических работ обязательно. В случае невыполнения практической работы по уважительной причине студент должен выполнить эту работу в назначенное для пересдачи время:

Таблица 4. Темы самостоятельных работ

№	Модуль	Темы
1	Модуль 1 Понятие потребления и основные теории потребления	Культурологический подход к потреблению Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения Экономический подход к потребительскому поведению Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса
2	Модуль 2 Характеристики и институты потребления	Избыточное и осознанное потребление Концепция «третьего места» Каналы сбыта Онлайн и оффлайн каналы распространения Инструменты продвижения на современном рынке
3	Модуль 3 Факторы и модели потребительского поведения	Этапы процесса потребления Тип потребления Структура потребления Неценовые критерии выбора Модели поведения потребителей
4	Модуль 4 Исследование потребительского поведения	Методы исследования поведения потребителей Источники информации для анализа потребительского поведения Маркетинговые исследования в области изучения потребительского поведения Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ). TGI-Russia – Российский Индекс Целевых Групп.

При отрицательных результатах по формам текущего контроля и (или) наличии пропусков преподаватель проводит с обучающимся индивидуальную работу по ликвидации задолженности.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

7.1. Основная литература по дисциплине

7.1. Основная литература

1. Быкова, А.В. Поведение потребителей : учебное пособие / А.В. Быкова, Л.И. Овчинникова. - Москва : МИРЭА - Российский технологический университет, 2020. - 69 с. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - URL: <https://e.lanbook.com/book/167598> . - (ID=141840-0)
2. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник по направлению подготовки "Экономика" : в составе учебно-методического комплекса / О.М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2020. - (УМК-У). - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 20.07.2022. - ISBN 978-5-394-03521-0. - URL: <https://e.lanbook.com/book/229631> . - (ID=107056-0)
3. Степанян, В.М. Теоретические аспекты потребительского поведения : учебное пособие / В.М. Степанян, Е.Ю. Чернявская. - Волгоград : Волгоградская государственная академия физической культуры, 2016. - 82 с. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - URL: <https://e.lanbook.com/book/158088> . - (ID=141848-0)
4. Федюнина, Е.Н. Теория потребительского поведения : учебное пособие для подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 – «Сервис» / Е.Н. Федюнина. - Волгоград : Волгоградский государственный аграрный университет, 2018. - 128 с. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - URL: <https://e.lanbook.com/book/112378> . - (ID=141846-0)
5. Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568838> (дата обращения: 14.03.2025). - (ID=184723-0)

7.2. Дополнительная литература

1. Дубровин, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие для вузов по направлению подготовки "Экономика" : в составе учебно-методического комплекса / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - (УМК-У). - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 14.09.2022. - ISBN 978-5-394-01475-8. - URL: <https://e.lanbook.com/book/229634> . - (ID=107065-0)

2. Горяйнова, Н.М. Поведение потребителей : учебное пособие / Н.М. Горяйнова. - Челябинск : Южно-Уральский институт управления и экономики, 2017. - ЦОР IPR SMART. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-9908505-9-0. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/81299.html> . - (ID=141832-0)
3. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей. Практикум : учеб. пособие для вузов / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова. - Минск : Издательство Гревцова, 2011. - 140 с. - Текст : непосредственный. - ISBN 978-985-6954-16-3 : 440 р. - (ID=86424-2)
4. Озеров, И.Х. Общество потребителей : в составе учебно-методического комплекса / И.Х. Озеров. - Москва : Лань, 2013. - (УМК-У). - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-507-29462-6. - URL: https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=29973 . - (ID=106041-0)
5. Сидорова, С.А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ : монография / С.А. Сидорова, В.Я. Красниковский. - Москва : Прометей, 2019. - ЦОР IPR SMART. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-907100-33-6. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/94496.html> . - (ID=141836-0)
6. Шевченко, Д. А. Потребительское поведение : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2025. – 160 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718070> (дата обращения: 14.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4733-8. – DOI 10.23681/718070. – Текст : электронный. - (ID=184724-0)

7.3. Методические материалы

1. Учебно-методический комплекс дисциплины элективной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" "Потребительское поведение". Направление подготовки 43.03.01 Сервис. Направленность (профиль): Социально-культурный сервис : ФГОС 3++ / Каф. Социология и социальные технологии ; сост. О.Ю. Верпатова. - 2025. - (УМК). - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/117318> . - (ID=117318-1)
2. Оценочные средства промежуточной аттестации в форме зачета дисциплины базовой части Блока 1 "Потребительское поведение" направление подготовки бакалавров 43.03.01 Сервис. Профиль - Социокультурный сервис : в составе учебно-методического комплекса / Каф. Социология и социальные технологии ; разработ. О.Ю. Верпатова. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-В). - Сервер. - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/127427> . - (ID=127427-0)

7.4. Программное обеспечение по дисциплине

Операционная система Microsoft Windows: лицензии № ICM-176609 и № ICM-176613 (Azure Dev Tools for Teaching).

Microsoft Office 2007 Russian Academic: OPEN No Level: лицензия № 41902814.

WPS Office: MPL 1.1/GPL 2.0/LGPL 2.1.

Libre Office: MPL 2.0.

LMS Moodle: GPL 3.0.

7.5. Специализированные базы данных, справочные системы, электронно-библиотечные системы, профессиональные порталы в Интернет

ЭБС и лицензионные ресурсы ТвГТУ размещены:

1. Ресурсы: <https://lib.tstu.tver.ru/header/obr-res>
2. ЭКТвГТУ: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/Web>
3. ЭБС "Лань": <https://e.lanbook.com/>
4. ЭБС "Университетская библиотека онлайн": <https://www.biblioclub.ru/>
5. ЭБС «IPRBooks»: <https://www.iprbookshop.ru/>
6. Электронная образовательная платформа "Юрайт" (ЭБС «Юрайт»): <https://urait.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY: <https://elibrary.ru/>
8. Информационная система "ТЕХНОРМАТИВ". Конфигурация "МАКСИМУМ" : сетевая версия (годовое обновление): [нормативно-технические, нормативно-правовые и руководящие документы (ГОСТы, РД, СНиПы и др.). Диск 1,2,3,4. - М. :Технорматив, 2014. - (Документация для профессионалов). - CD. - Текст : электронный. - 119600 р. – (105501-1)
9. База данных учебно-методических комплексов: <https://lib.tstu.tver.ru/header/umk.html>

УМК размещен: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/117318>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При изучении дисциплины используется оборудование учебного кабинета (для проведения лекционного курса и практических занятий): посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; проекционное оборудование, компьютерной оборудование. Возможна демонстрация лекционного материала с помощью мультимедийного проектора.

9. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

9.1. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена

Учебным планом экзамен по дисциплине не предусмотрен.

9.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме зачета

1. Шкала оценивания промежуточной аттестации – «зачтено», «не зачтено».
 2. Вид промежуточной аттестации в форме зачета.
- Вид промежуточной аттестации устанавливается преподавателем:

по результатам текущего контроля знаний обучающегося без дополнительных контрольных испытаний или с выполнением дополнительного итогового контрольного испытания при наличии у студентов задолженностей в текущем контроле.

3. Для дополнительного итогового контрольного испытания студенту в обязательном порядке предоставляется база данных для выполнения задания и перечень стандартных заданий, позволяющих проанализировать уровень освоения программы дисциплины.

Критерии выполнения контрольного испытания и условия проставления зачёта:

для категории «знать» (бинарный критерий):

Ниже базового - 0 баллов.

Базовый уровень – 1 балл.

Критерии оценки и ее значение для категории «уметь» первый уровень сложности (бинарный критерий):

Отсутствие умения – 0 баллов.

Наличие умения – 1 балл.

Критерии оценки и ее значение для категории «уметь» второй уровень сложности:

Отсутствие умения – 0 баллов.

Наличие частично сформированного умения – 1 балл.

Наличие полностью сформированного умения – 2 балл.

Критерии итоговой оценки за зачет:

«зачтено» - при сумме баллов от 3 до 4;

«не зачтено» - при сумме баллов от 0 до 2 включительно.

Число заданий для дополнительного итогового контрольного испытания - 3.

Число вопросов – 3.

Продолжительность – 60 минут.

4. При промежуточной аттестации без выполнения дополнительного итогового контрольного испытания студенту в обязательном порядке описываются критерии проставления зачёта: «зачтено» - выставляется обучающемуся при условии выполнения им всех контрольных мероприятий: практических работ; самостоятельных работ.

9.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме курсового проекта или курсовой работы

Учебным планом курсовая работа и курсовой проект по дисциплине не предусмотрены.

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.

При преподавании дисциплины необходимо ориентироваться на современные образовательные технологии. Изучение курса осуществляется на основе сочетания аудиторных лекционных занятий с практическими работами по закреплению и усвоению знаний, полученных в рамках лекционных занятий. Самостоятельная работа студентов направлена на расширение опыта использования полученных

знаний, результаты самостоятельной работы в обязательном порядке обсуждаются и разбираются в ходе практических занятий как основа для формирования углубленных знаний и навыков по дисциплине.

В освоении данной дисциплины огромную роль играет сочетание теоретической информации с практическими действиями, что позволяет достичь большего успеха в работе с обучающимися. Один из главных принципов – наглядность.

В учебном процесс рекомендуется внедрение субъектной педагогической технологии, при которой в расписании каждого преподавателя определяется время консультаций студентов по закреплённому за ним модулю дисциплины.

Рекомендуется обеспечить студентов, изучающих дисциплину, электронными учебниками, учебно-методическим комплексом по дисциплине, включая методические указания к выполнению лабораторных работ, а также всех видов самостоятельной работы.

11. Внесение изменений и дополнений в рабочую программу дисциплины

Кафедра ежегодно обновляет содержание рабочих программ дисциплин, которые оформляются протоколами заседаний дисциплин, форма которых утверждена Положением о рабочих программ дисциплин, соответствующих ФГОС ВО.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный технический университет»

Направление подготовки бакалавров 43.03.01 Сервис
Направленность (Профиль) – Социально-культурный сервис
Кафедра «Социологии и социальных технологий»

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 1

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Понятие канал сбыта. Понятие ширина и длина канала сбыта.

2. Задание на уровень «УМЕТЬ» первый уровень сложности - 0 или 1 балл:

Выделите основные неценовые факторы, влияющие на потребительское поведение

3. Задание на уровень «УМЕТЬ» второй уровень сложности – 0 или 1 балл, или 2 балла:

Проанализируйте преимущества основных сервисов бронирования гостиниц с позиции потребителя

Критерии итоговой оценки за зачет:

«зачтено» - при сумме баллов 3 или 4;

«не зачтено» - при сумме баллов 0-2.

Составитель: доцент каф. ССТ _____ О.Ю. Верпатова

Зав.кафедрой ССТ: д.фил.н., профессор _____ Э.Ю. Майкова