

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

**СОГЛАСОВАНО**

Директор ИЭиУ  
Сычева

И.Н.

## **Рабочая программа дисциплины**

Код и наименование дисциплины: **Б1.В.ДВ.7.2 «Поведение и защита прав потребителей»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **38.03.02**

**Менеджмент**

Направленность (профиль, специализация): **Управление малым бизнесом**

Статус дисциплины: **дисциплины (модули) по выбору**

Форма обучения: **очная**

<b>Статус</b>	<b>Должность</b>	<b>И.О. Фамилия</b>
Разработал	доцент	С.А. Тузовская
Согласовал	Зав. кафедрой «М»	И.Н. Сычева
	руководитель направленности (профиля) программы	И.Н. Сычева

г. Барнаул

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

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ПК-2	владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	Современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющих на поведение потребителей и маркетинговые решения; Основные модели покупательского поведения потребителя; Этапы принятия решения о покупке товаров; Классификацию и содержание основных факторов, влияющих на поведение потребителя; 5. □ Внешние побудительные стимулы покупательского поведения	Идентифицировать потребительские аспекты маркетинговых проблем и решения этих проблем на основе знания факторов и процессов потребительского поведения; Идентифицировать факторы внешнего (социально обусловленного) и внутреннего (психологически обусловленного) влияния на процесс принятия потребителем решения о покупке; Использовать модели потребительского поведения и методы управления им в процессе разработки комплекса маркетинговых решений.	Различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом; Навыками моделирования поведения потребителя; Навыками проведения анализа процессов принятия покупательских решений потребителями, Навыками анализа, прогнозирования, формирования и оценки поведения потребителей, необходимых для ведения маркетинговой деятельности
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций,	Современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющих на поведение потребителей; Основные категории законодательства о защите прав потребителя, систему его источников и условия применения; Систему субъективных прав потребителя, их	Оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; Моделировать поведение потребителя; Оценивать структуру потребностей и разнообразие	Методами оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; Навыками моделирования поведения потребителя; сравнительного и комплексного анализа источников

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
	структур рынков и конкурентной среды отрасли	содержание, порядок (процедуры) их осуществления и защиты; Законодательство о защите прав потребителя; правовых льготах и гарантиях; Методы формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций и потребителей	потребительских мотивов; определить консьюмеризм и суверенитет покупателя; Анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций	законодательства; Навыками анализа рыночных и специфических риски анализа поведения потребителей экономических блага

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Маркетинг, Правоведение, Психология, Экономическая теория
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Выпускная квалификационная работа, Основы маркетинга инноваций, Управление человеческими ресурсами

## 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 3 / 108

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очная	17	0	17	74	40

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**Форма обучения: очная**

**Семестр: 6**

**Лекционные занятия (17ч.)**

- 1. Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в потреблении потребителей. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. {дискуссия} (2ч.)[1,2,4]** Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в потреблении потребителей. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.
- 2. Социальное пространство потребителя. Анализ поведения потребителей экономических благ {беседа} (2ч.)[2,5]** Анализ поведения потребителей экономических благ. Социальное пространство потребителя
- 3. Мотивация, личность, эмоции. Разрешение конфликтных ситуаций {дискуссия} (2ч.)[1,2]** Мотивация, личность, эмоции. Разрешение конфликтных ситуаций
- 4. Способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде. Типология поведения потребителей. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[2,3,6]** Способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде. Типология поведения потребителей.
- 5. Поведение потребителей: организации и общество. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли {лекция с разбором конкретных ситуаций} (3ч.)[2,4]** Поведение потребителей: организации и общество. Внутренние факторы поведения потребителей. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
- 6. Система прав и обязанностей потребителей и их контрагентов. Право потребителя на информацию. Разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций. {использование общественных ресурсов} (3ч.)[3,4,5]** Система субъективных прав и обязанностей потребителей и их контрагентов. Право

потребителей на надлежащее качество товаров, работ и услуг, на безопасность товаров. Право потребителя на информацию. Разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций.

**7. Защита прав потребителей в случае приобретения товаров ненадлежащего качества. Разрешение конфликтных ситуаций. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (3ч.)[3,4,5]** Защита прав потребителей в случае приобретения товаров ненадлежащего качества. Разрешение конфликтных ситуаций.

#### **Практические занятия (17ч.)**

**1. Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в потреблении потребителей. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления. {беседа} (2ч.)[2,4,5,7]** Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в потреблении потребителей. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

**2. Анализ поведения потребителей экономических благ. Социальное пространство потребителя {дискуссия} (2ч.)[1,2,4,7]** Анализ поведения потребителей экономических благ. Социальное пространство потребителя

**3. Мотивация, личность, эмоции. Разрешение конфликтных ситуаций {метод кейсов} (2ч.)[2,3]** Мотивация, личность, эмоции. Разрешение конфликтных ситуаций

**4. Поведение потребителей: организации и общество. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли {дискуссия} (3ч.)[2,5,7]** Поведение потребителей: организации и общество. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

**5. Поведение потребителей: организации и общество. Внутренние факторы поведения потребителей. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли {дерево решений} (2ч.)[Выбрать литературу]** Поведение потребителей: организации и общество. Внутренние факторы поведения потребителей. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

**6. Система прав и обязанностей потребителей и их контрагентов. Право потребителя на информацию. Разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных**

**коммуникаций. {метод кейсов} (3ч.)[3,5,6]** Система прав и обязанностей потребителей и их контрагентов. Право потребителя на информацию. Разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций.

**7. Защита прав потребителей в случае приобретения товаров ненадлежащего качества. Разрешение конфликтных ситуаций. {метод кейсов} (3ч.)[3,4,5,7]** Защита прав потребителей в случае приобретения товаров ненадлежащего качества. Разрешение конфликтных ситуаций.

#### **Самостоятельная работа (74ч.)**

**1. Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в потреблении потребителей. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.(5ч.)[2,4,5,7]** Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в потреблении потребителей. Оценка воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

**2. Социальное пространство потребителя. Анализ поведения потребителей экономических благ(5ч.)[2,5]** Социальное пространство потребителя. Анализ поведения потребителей экономических благ

**3. Мотивация, личность, эмоции. Разрешение конфликтных ситуаций(5ч.)[2,5]** Мотивация, личность, эмоции. Разрешение конфликтных ситуаций

**4. Способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде. Типология поведения потребителей.(5ч.)[2,3,7]** Способы разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде. Типология поведения потребителей.

**5. Поведение потребителей: организации и общество. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли(5ч.)[2,4,5,6]** Поведение потребителей: организации и общество. Анализ поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

**6. Система прав и обязанностей потребителей и их контрагентов. Право потребителя на информацию. Разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций.(7ч.)[3,4,5,7]** Система прав и обязанностей потребителей и их контрагентов. Право потребителя на информацию. Разрешения конфликтных

ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций.

**7. Защита прав потребителей в случае приобретения товаров ненадлежащего качества. Разрешение конфликтных ситуаций.(6ч.)[3,4,5,7]** Защита прав потребителей в случае приобретения товаров ненадлежащего качества. Разрешение конфликтных ситуаций.

**8. Подготовка к промежуточной аттестации(36ч.)[1,2,3,4,5,6,7]** Подготовка к промежуточной аттестации

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

1. Тузовская С.А «Основы маркетинга». Учебное пособие. / Алт. гос. техн. ун-т им. И.И.

Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2014 –206 с. - Режим доступа:

[http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya\\_om.pdf](http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Tuzovskaya_om.pdf)

## **6. Перечень учебной литературы**

### **6.1. Основная литература**

2. Дубровин, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216>

### **6.2. Дополнительная литература**

3. Гафарова, Г.Р. Защита прав потребителей : учебное пособие : [16+] / Г.Р. Гафарова ; ред. З.М. Фаткудинов. – 4-е изд., доп. и перераб. – Москва : Юстицинформ, 2010. – 408 с. – (Образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=120613>

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

4. Информационно-справочная система «Консультант плюс» [электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

5. Информационно-справочная система «ГАРАНТ» [электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

6. База данных Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» - Режим доступа: <http://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>

7. 2. □ Информационно-поисковые системы агентств «Бизнес-карта», ЗАО «АСУ-Импульс», «Российский генеральный регистр производителей товаров и услуг», «Независимые производители товаров и услуг России», «Регистр РАУ-Пресс».

## **8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) по дисциплине представлен в приложении А.

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

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

<b>№пп</b>	<b>Используемое программное обеспечение</b>
1	Acrobat Reader
2	Microsoft Office
3	Opera
4	Skype
5	Windows
6	Гарант
7	7-Zip
8	Яндекс.Браузер
9	LibreOffice
10	Антивирус Kaspersky

<b>№пп</b>	<b>Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы</b>
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы ( <a href="http://Window.edu.ru">http://Window.edu.ru</a> )
2	Национальная электронная библиотека (НЭБ) — свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. ( <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> )



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

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций
учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».