

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Направление подготовки 19.03.04 *Технология продукции и организация  
общественного питания*

Направленность *Ресторанное дело*

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

Кострома  
2023

Рабочая программа дисциплины «Поведение потребителя» разработана:

- в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, утвержденным приказом Минобрнауки РФ № 1332 от 12.11.2015 г.;
- в соответствии с учебным планом направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, направленность Ресторанное дело, год начала подготовки 2017, 2018, 2019

Разработал:  Иванова О.В. доцент, к.т.н., доц.

Рецензент:  Костюкова Ю.А. доцент, к.т.н., доц.

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 13 от 30.06.2017 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 14 от 20.06.2018 г.

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Протокол заседания кафедры № 9 от 15.05.2019

Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

 Иванова О.В., к.т.н., доцент

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

для набора 2017, 2018, 2019, 2020 гг

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 28.04.2020 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА**

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы  
потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры ДТМиЭПТ

Протокол заседания кафедры № 9 от 03.04.2023 г.

Заведующий кафедрой Дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы  
потребительских товаров

Иванова О.В., к.т.н., доцент

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

### **Цель дисциплины:**

Изучение теоретико-методологических оснований поведения потребителей, методов управления поведением потребителей на рынке товаров / услуг в современных условиях.

### **Задачи дисциплины:**

Приобретение теоретического и практического опыта работы с различными группами потребителей, воздействия на них с помощью средств маркетинговых коммуникаций. Разработка методологии и методики исследования поведения потребителей, использование адекватных методов анализа и интерпретации их результатов.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

### **знать:**

основные методы исследования поведения потребителей;  
модели принятия решений о покупке потребителем,  
основы анализа поведения потребителей;  
теоретические основы, современные концепции, модели поведения потребителей;  
комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;

### **уметь:**

проводить исследования и анализ специфики поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений в России;  
определять, кто принимает решение, какие существуют типы решений о покупке и этапы процесса принятия решения в области развития индустрии питания и гостеприимства;  
проводить маркетинговые исследования поведения потребителей;  
проводить анализ поведения потребителей;

### **владеть:**

навыками разработки методологии и методики исследования поведения потребителей;  
навыками решения конкретных маркетинговых задач в части поиска, выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка;  
навыками использования адекватных методов анализа и интерпретации их результатов.

### **освоить компетенции:**

ПК-15 способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию  
ПК-30 готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания

ПК-31 способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владением принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится блоку Б.1 к дисциплинам вариативной части учебного плана. Изучается в 1,2 семестре очного обучения, 2 курсе заочного обучения

Изучение дисциплины основывается на параллельно идущих дисциплинах: Психология рекламы.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин: Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг, Экономика, Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания, Мерчендайзинг учебные и производственные практики.

### 4. Объем дисциплины (модуля)

#### «Поведение потребителей»

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Заочная форма
	Семестр	Курс
	5	4
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	3
<i>Общая трудоемкость в часах</i>	108	108
<i>Аудиторные занятия в часах, в том числе:</i>	32	10
Лекции	16	4
Практические занятия		
Лабораторные занятия	16	6
<i>Самостоятельная работа в часах (Итого):</i>	76	94+4
самостоятельная работа	75,75	93,75
экзамен / зачет (контроль для заочников)		4
ИКР	0,25	0,25
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

#### 4.2. Объем контактной работы

Виды учебных занятий	Очная форма	Заочная форма
	Семестр	курс
	5	4
Лекции	16	4
Практические занятия		
Лабораторные занятий	16	6
Консультации		
Зачет/зачеты	0,25	0,25
Экзамен/экзамены		
Курсовые работы		-
Курсовые проекты		-
Контрольные работы		

Всего	32,25	10,25
-------	-------	-------

**5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий**

**5.1 Тематический план учебной дисциплины  
«Поведение потребителей»**

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
<b>Семестр 5 (очная форма)</b>						
1	<b>Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг</b>					
1.1	Эволюция поведения потребителей /Лаб/	8	1		1	6
1.2	Потребности потребителей /Лаб/	8	1		1	6
1.3	Сегментация рынка /Лаб/	9	1		2	6
2	<b>Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</b>					
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей /Лаб/	9	2		1	6
2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации /Лаб/	9	1		2	6
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства /Лаб/	8	1		1	6
	<b>Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей</b>					
3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие /Лаб/	9	1		2	6
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, /Лаб мотивация /Лаб/	9	2		1	6
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение /Лаб/	8	1		1	6
	<b>Раздел 4. Процесс принятия решения потребителем</b>					
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке /Лаб/	10	2		2	6
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку /Лаб/	9	2		1	6
4.3	Консюмеризм /Лаб/	8	1		1	6
	зачет	10				10
	всего	108	16		16	72
<b>Курс 4 (заочная форма)</b>						
1	<b>Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг</b>					
1.1	Эволюция поведения потребителей /Лек/	9	1			8
1.2	Потребности потребителей /Лаб/	9			1	8
1.3	Сегментация рынка /Лаб/	8			1	7
2	<b>Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</b>					
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей /Лек/	9	1			8

2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации /Лаб/	9			1	8
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства /Лаб/	7,5			0,5	7
	<b>Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей</b>					
3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие /Лаб/	10	2			8
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация /Лаб/	8,5			0,5	8
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение /Лаб/	8,5			0,5	8
	<b>Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем</b>					
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке /Лаб/	8,5			0,5	8
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку /Лаб/	8,5			0,5	8
4.3	Консюмеризм /Лаб/	8,5			0,5	8
	<b>контроль</b>	4				4
	<b>Всего</b>	108	4		6	94+4

## 5.2. Содержание

### Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг

Эволюция поведения потребителей.

Потребности потребителей.

Сегментация рынка.

### Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей

Кросс-культурные вариации в поведении потребителей.

Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации.

Потребительское поведение семьи и домохозяйства.

### Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей

Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие

Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация

Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение

### Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем

Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке.

Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку.

Консюмеризм.

## 6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины «Поведение потребителей»

### 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Рекомендуемая литература	Форма контроля
<b>Семестр 5 (очная форма)</b>					
1	<b>Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг</b>			1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.1	Эволюция поведения потребителей /Лаб/	Основные методы исследования поведения потребителей	6	1-4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.2	Потребности потребителей /Лаб/	Теории потребностей	6	4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.3	Сегментация рынка /Лаб/	Принципы сегментации. Критерии и факторы	6	5,7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2	<b>Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</b>			1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей /Лаб/	модели принятия решений о покупке потребителем,	6	1-3 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации /Лаб/	основы анализа поведения потребителей;	6	4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства /Лаб/	теоретические основы, современные концепции, модели поведения потребителей;	6	6 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	<b>Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей</b>			1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие /Лаб/	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	6	1-4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация /Лаб/	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	6	4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение /Лаб/	Изучение материала	6	5,7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы

	<b>Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем</b>			1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке /Лаб/	Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	6	1-3 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку /Лаб/	Информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	6	4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.3	Консюмеризм /Лаб/	Теория консюмеризма	6	6 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	зачет		10	1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	зачет
	всего		72		

**Курс 4 (заочная форма)**

1	<b>Раздел 1. Поведение потребителей и маркетинг</b>			1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.1	Эволюция поведения потребителей /Лек/	Основные методы исследования поведения потребителей	8	1-4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.2	Потребности потребителей /Лаб/	Теории потребностей	8	4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
1.3	Сегментация рынка /Лаб/	Принципы сегментации. Критерии и факторы	7	5,7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2	<b>Раздел 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</b>			1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.1	Кросс-культурные вариации в поведении потребителей /Лек/	модели принятия решений о покупке потребителем,	8	1-3 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.2	Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации /Лаб/	основы анализа поведения потребителей;	8	4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
2.3	Потребительское поведение семьи и домохозяйства /Лаб/	теоретические основы, современные концепции, модели поведения потребителей;	7	6 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	<b>Раздел 3. Внутренние факторы поведения потребителей</b>			1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы

3.1	Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие /Лек/	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	8	1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.2	Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация /Лаб/	комплекс внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей;	8	1-4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
3.3	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение /Лаб/	Изучение материала	8	4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	<b>Раздел 4. Процесс принятия решение потребителем</b>			5,7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.1	Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке /Лаб/	Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке	8	1-4,5-7 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.2	Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку /Лаб/	Информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку	8	1-3 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
4.3	Консюмеризм /Лаб/	Теория консюмеризма	8	1-4 Материалы ЭБС <a href="http://foodsmi.com/">http://foodsmi.com/</a>	Письменный опрос, защита лабораторной работы
	зачет		4		зачет
	всего		94		
	<b>Всего</b>		94+4		

## **6.2. Методические рекомендации студентам, изучающим дисциплину «Поведение потребителей»**

Студенту настоятельно рекомендуется посещать занятия ввиду большого количества литературы по данной тематике с различной трактовкой основ поведения потребителей что затрудняет возможность самостоятельно разобраться в приводимых материалах, и постоянного обновления содержания. Самостоятельная работа складывается из изучения материалов и рекомендуемой литературы, подготовки к лабораторной/практической работе по вопросам и заданиям, выданным преподавателям в конце занятия, выполнения курсовой работы. Систематическая подготовка к лабораторным работам – залог накопления глубоких знаний и получения зачета по результатам работ. Готовиться к лабораторным занятиям следует не только теоретически, но и практически: пробовать применить полученные знания для анализа существующих сведений о критериях и факторах конкурентоспособности, их взаимозаменяемости, синергетическом эффекте, решать задачи. За период обучения магистру рекомендуется набирать литературные и электронные источники из периодической печати, которые можно использовать на лабораторных занятиях в курсовом и дипломном проектировании.

Отчеты по практическим/лабораторным занятиям и выполнение заданий лучше вести в одной тетради, так как это позволяет знать ошибки, брать данные для следующих лабораторных работ и для дальнейших дисциплин.

Допуск студента к следующей работе возможен при положительной оценке по опросу и защите предыдущей лабораторной работы. Зачет по дисциплине студент получает автоматически, если в течение семестра имеет положительные оценки за все виды заданий по лабораторным работам.

### **6.2. Тематика и задания для лабораторных занятий (при наличии)**

Эволюция поведения потребителей  
Потребности потребителей  
Сегментация рынка  
Кросс-культурные вариации в поведении потребителей  
Социальная стратификация. Группы и групповые коммуникации  
Потребительское поведение семьи и домохозяйства  
Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие  
Внутренние факторы поведения потребителей: обучение, память, мотивация  
Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Знание и отношение  
Ситуационные факторы. Модели поведения потребителей, процесс принятия решения о покупке  
Осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, реакция на покупку  
Консьюмеризм

### **6.3. Тематика и задания для практических занятий**

*отсутствуют*

### **6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов) (при наличии)**

*Не предусмотрены*

## 7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### «Современные технологии хранения пищевых продуктов»

Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
<i>а) основная:</i>	
1. Поведение потребителей: Учебник / О.Н. Романенкова - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0404-0 -1	<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=485432">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=485432</a>
2. Поведение потребителей : учеб. пособие / Л.С. Драганчук. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат)	<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=949261">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=949261</a>
3. Поведение потребителей: учеб. пособие / под ред. Г.А. Васильева, Н.И. Лыгиной. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 238 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01280-3 ; То же [Электронный ресурс]. -	URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117714">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117714</a>
4. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с. : ил. - Библиогр.: с. 237-239. - ISBN 978-5-394-01043-9 ; То же [Электронный ресурс]. -	URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453281">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453281</a>
<i>б) дополнительная:</i>	
5. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 248 с.: 60x88 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-009416-8 -	<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=439646">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=439646</a>
6. Денисова, Е.С. Поведение потребителей : учебно-практическое пособие / Е.С. Денисова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 168 с. - ISBN 978-5-374-00400-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90986">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90986</a>
7. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-4621-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=364863">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=364863</a>
<b>Периодические издания</b>	
1. Современный ресторан 2. Магазин. Ресторан. Отель 3. Гостиница и ресторан: дизайн и интерьер 4. ШЕФ. Ресторатор 5. Ресторатор	Доступные в базе «МАРС»

6. Ресторанные ведомости	
7. Гостиница и ресторан: бизнес и управление	

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

*Информационно-образовательные ресурсы:*

1. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>
2. Портал пищевой промышленности [Электронный ресурс], URL <http://foodsmi.com/>
3. Топ 10 инструментов для отслеживания поведения потребителей [Электронный ресурс]<https://geniusmarketing.me/lab/top-10-instrumentov-dlya-otslezhivaniya-povedeniya-polzovatelej-na-sajte/>

*Электронные библиотечные системы:*

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znanium»

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Гл-406 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	Столы, стулья для обучающихся (посадочные места на 32 студента); стол, стул для преподавателя; доска. Портативное видеопрезентационное оборудование: НоутбукLenovoIdeaPadB5070 Blak 59435830 (IntelCorei7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/); ПроекторAserP-seriesв комплекте с экраномELITESCREENS и кабелем VGA-KonoosHD 15M/15MPro (20.0 м) для подключения+комплектколонок VENSPS-70.	Windows 7 Professional по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.) Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+). Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-06444
Гл-404 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)	Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/); Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70. Переносной экран, рабочая доска. Столы, стулья для обучающихся (Посадочные места на 22 студента); стол, стул для преподавателя; доска.	
Гл – 208 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и	Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak	

<p>семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)</p>	<p>59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/; Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения+комплект колонок SVEN SPS-70. Переносной экран, рабочая доска. Столы, стулья для обучающихся (посадочные места на 36 студентов); стол, стул для преподавателя; доска.</p>	
<p>Б1-202 - помещение для самостоятельной работы (156000, г. Кострома, ул. Пятницкая, д. 2/18)</p>	<p>Читальный зал на 128 индивидуальных рабочих мест, копировальный аппарат - 1шт.; экран и мультимедийный проектор - 1шт. Электронный читальный зал: Рабочие места, оснащенные ПК, объединены локальной сетью с выходом в интернет - 25шт.; демонстрационная LCD-панель - 1шт.; аудио 2.1 - 1шт.; принтеры в т.ч. большеформатный и цветной - 4шт.; сканеры (A2 и A4) - 2шт.; web-камеры - 3шт. микрофоны - 2шт.</p>	<p>АИБС МаркSQL - 3шт. Windows XP SP3 - 10шт. лицензия. Windows 7 Pro лицензия 00180-912-906-507 постоянная-1шт.; Windows 8 Pro лицензия 01802000875623 постоянная 1-шт.; ABBYY FineReader 11,12 Pro - box лицензия -2шт.; АИБС МаркSQL - 25шт. лицензия. Антивирус Касперского Лицензия 1c06-141124-064441</p>
<p>Гл-401 - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (156005, Кострома, ул. Дзержинского, д. 17/11)</p>	<p>Шкафы, кронштейны, стол, стеллажи для хранения материалов и фондов работ, хранение курсовых проектов и контрольных работ.</p>	<p>Специальное лицензионное ПО не требуется</p>