

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ТЕОРИЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Направление и направленность (профиль)
38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очно-заочная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Теория принятия решения о покупке» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №982) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Исаев А.А., доктор экономических наук, профессор, Кафедра маркетинга и логистики, Aleksandr.Isaev@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики от 25.04.2025 , протокол № 8

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000D4D452
Владелец	Юрченко Н.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Теория принятия решения о покупке» является формирование у обучающихся способности разрабатывать управленческие решения с целью обеспечения конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия; оценивать результаты маркетинговой деятельности предприятия.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение теории выбора товаров на рынке (теория принятия решения о покупке), теории управления предприятием, методов оценки конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия и его конкурентов;

- умение оценить качество, потребительскую привлекательность, конкурентоспособность интегрированных продуктов предприятия и его конкурентов на основе теории выбора товаров на рынке; формировать систему обеспечения конкурентоспособности интегрированных продуктов на предприятии;

- владение навыками оценки качества, потребительской привлекательности и конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия, а также формирования эффективной системы обеспечения конкурентоспособности интегрированных продуктов на предприятии.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	ПКВ-2 : Способен организовывать логистическую деятельность по управлению закупками, запасами и сбытом в цепи поставок	ПКВ-2.1к : Организует, координирует и оценивает логистическую деятельность по управлению закупками на предприятии	РД1	Знание	Знание теории выбора товаров на рынке (теория принятия решения о покупке), теории управления предприятием, методов оценки конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия и его конкурентов
			РД2	Умение	Умение формировать систему обеспечения конкурентоспособности интегрированных продуктов на предприятии.
			РД3	Навык	Владение навыками формирования эффективной системы обеспечения конкурентоспособности интегрированных продуктов на предприятии
				ПКВ-2.4к : Управляет каналами распределением продукции предприятия	РД4

			РД5	Умение	Умение оценить каче-ство, потребительскую привлекательность, конкурентоспособность интегрированных про-дуктов предприятия и его конкурентов на ос-нове теории выбора то-варов на рынке.
			РД6	Навык	Владение навыками формирования конкурентоспособных интегрированных продуктов предприятия.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Теория принятия решения о покупке» относится к элективным дисциплинам учебного плана.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.04.06 Торговое дело	ОЗФО	М01.ДВ.Б	2	3	9	2	6	0	1	0	99	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОЗФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОЗФО

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОЗФО

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

При освоении дисциплины обучающийся должен обратить внимание на то, что целью

освоения дисциплины является формирование у обучающихся готовности разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий (продуктов) в области интегрированных маркетинговых коммуникаций. Таким образом, освоение дисциплины осуществляется в три этапа:

1. Изучение теоретических и методических основ формирования конкурентоспособных интегрированных продуктов предприятий.

2. Оценка конкурентоспособности интегрированных продуктов.

3. Формирование конкурентоспособных интегрированных продуктов.

В учебном процессе в рамках дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» применяются следующие активные методы обучения:

– метод обучения на основе чтения проблемных лекции;

– метод обучения на основе анализа конкретных ситуаций.

Самостоятельная работа студентов (СРС) – это учебная и научная работа, которую они совершают без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформировавшимися ранее представлениями о порядке и правильности выполнения работ. Цель СРС в процессе обучения заключается как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию на новом учебном материале.

Формы организации самостоятельной работы студентов в рамках дисциплины:

сравнительный анализ нескольких авторских точек зрения по исследуемому вопросу с целью выполнения предусмотренных дисциплиной практических заданий;

аналитический обзор по заданной преподавателем тематике или теме, выбранной студентом самостоятельно;

составление кейсов и/или презентаций по одной из тем в рамках дисциплины;

рецензирование и оппонирование студентами работ друг друга.

Для организации различных форм самостоятельной работы по дисциплине студентам необходимо:

1. Изучение материала по заданной тематике и его критическое осмысление.

2. Поиск и сбор информации в различных источниках по заявленной проблеме и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований (в виде презентации, кейса, аналитического обзора).

3. Презентация результатов своего исследования на практическом занятии, ответов на вопросы, дискуссии.

Выполнение проектных работ и кейсов требует от студента понимания сути решаемой проблемы; умения анализировать конкретные ситуации в области коммуникативной политики с целью выявления их достоинств и недостатков, делать верные выводы, давать научно обоснованные рекомендации по улучшению коммуникативной политики конкретной организации.

При выполнении контрольных работ необходимо использовать конспекты лекций, рекомендуемую при изучении данной дисциплины литературу, информацию о деятельности различных предприятий, которую можно получить, прежде всего, в СМИ и Интернете.

Оценочные фонды по дисциплине включают: контрольные и типовые ситуационные задания для аудиторных и внеаудиторных занятий, тесты для бланкового тестирования.

В течение периода обучения предполагаются следующие виды контроля:

– текущий контроль, предусматривающий контроль индивидуальных знаний студентов в рамках аудиторных занятий. Видами текущего контроля в рамках дисциплины выступают комплексные задания, включающих бланковое тестирование, ситуационные задания, опросы и дискуссии по основным моментам изучаемой темы. Текущий контроль осуществляется посредством индивидуальных и групповых методов оценки и самооценки: рецензирование студентами работ друг друга; оппонирование студентами, проектов, исследовательских работ; экспертные оценки группами, состоящими из студентов, преподавателей и работодателей

– промежуточный контроль в виде экзамена, к которому допускаются студенты, освоившие в полном объеме материал дисциплины и успешно прошедшие текущий

контроль.

Все виды контроля осуществляются в соответствии с действующей системой оценки успеваемости студентов во ВГУЭС.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560489> (дата обращения: 14.01.2025).

2. Игрунова, О. М., Поведение потребителя и клиентская аналитика : учебное пособие / О. М. Игрунова. — Москва : КноРус, 2024. — 228 с. — ISBN 978-5-406-12773-5. — URL: <https://book.ru/book/952765> (дата обращения: 14.01.2025). — Текст : электронный.

3. Исаев, Александр Аркадьевич. Теория принятия решения о покупке : учебное пособие (направление подготовки 38.04.06 "Торговое дело", уровень магистратуры) / А. А. Исаев; Владивостокский гос. ун-т экономики и сервиса - Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2020 - 72 с.

7.2 Дополнительная литература

1. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учебное пособие / Л.С. Драганчук. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018917-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2079164> (дата обращения: 18.11.2024)

2. Информационные ресурсы Интернета в издательском деле / О.М. Воеводская .— : Воронеж, 2017 .— 149 с. — 148 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/670078> (дата обращения: 30.09.2024)

3. Меликян О.М. Поведение потребителей : Учебник [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 278 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358513>

4. Наумов В.Н. Поведение потребителей : Учебник [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2020 - 345 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=357779>

5. Романенкова О.Н. Поведение потребителей : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Вузовский учебник , 2022 - 320 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=414477>

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - URL: <https://znanium.com/>
3. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
4. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
5. Электронно-библиотечная система "РУКОНТ"
6. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

8. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Проектор

Программное обеспечение:

- Acrobat Professional 9.0 English
- Adobe Connect Lic General 9.0 MUL SERVER V9
- Media Player Classic
- Project Expert

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ТЕОРИЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Направление и направленность (профиль)

38.04.06 Торговое дело. Управление логистическими системами

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очно-заочная

Владивосток 2024

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.04.06 «Торговое дело» (М-ТД)	ПКВ-2 : Способен организовывать логистическую деятельность по управлению закупками, запасами и сбытом в цепи поставок	ПКВ-2.1к : Организует, координирует и оценивает логистическую деятельность по управлению закупками на предприятии
		ПКВ-2.4к : Управляет каналами распределением продукции предприятия

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-2 «Способен организовывать логистическую деятельность по управлению закупками, запасами и сбытом в цепи поставок»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ПКВ-2.1к : Организует, координирует и оценивает логистическую деятельность по управлению закупками на предприятии	РД1	Знание	Знание теории выбора товара в на рынке (теория принятия решения о покупке), теории управления предприятием, методов оценки конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия и его конкурентов	Правильность ответов на поставленные вопросы. Корректность использования соответствующей терминологии
	РД2	Умение	Умение формировать систему обеспечения конкурентоспособности интегрированных продуктов на предприятии.	Самостоятельность решения поставленных задач
	РД3	Навык	Владение навыками формирования эффективной системы обеспечения конкурентоспособности интегрированных продуктов на предприятии	Корректность выбора методов (инструментов) решения задач Самостоятельность решения поставленных задач
ПКВ-2.4к : Управляет каналами распределением продукции и предприятия	РД4	Знание	Знание теории выбора товара в на рынке (теория принятия решения о покупке), теории управления предприятием, методов оценки конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия и его конкурентов.	Правильность ответов на поставленные вопросы. Корректность использования соответствующей терминологии

	Р Д 5	У м е н е	Умение оценить каче-ство, по требительскую привлекательность, конкурентоспособность интегрированных про-дукто в предприятия и его конкурентов на ос-нове теории выбора то-варов на рынке.	Самостоятельность решения поставленных задач
	Р Д 6	Н а в ы к	Владение навыками формирова ния конкурентоспособных интегрированных продуктов предприятия.	Корректность выбора методо в (инструментов) решения зад ач Самостоятельность решени я поставленных задач

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые резу лтаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и пр едставление его в ФОС	
		Текущий контроль	Промежуточная ат тестация

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство											Итого
	Собес едова ние	Кейс- задача 1	Кейс -зада ча 2	Экзамен в устной форме								
Лекции	10											10
Лабораторные занятия												
Практические занятия		10	10									20
Самостоятельная работа		20	20									40
ЭОС												
Промежуточная аттеста ция				30								300
Итого	10	30	30	30								100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежу точной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
----------------------------	-------------------------------------	--

от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Примерный перечень вопросов по темам и для проведения собеседования

1. Какие основные положения теории выбора товаров на рынке?
2. Что такое «интегрированный продукт»?
3. Что такое «основной продукт»?
4. Что такое «дополнительный продукт»?
5. Что такое «качество интегрированного продукта»?
6. Что такое «потребительская привлекательность интегрированного продукта»?
7. Что такое «конкурентоспособность интегрированного продукта»?
8. Что такое «что система обеспечения конкурентоспособность интегрированного продукта»?
9. Какие этапы включает методика оценки конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия?
10. Какая последовательность совершенствования продуктов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций?

Краткие методические указания

Собеседование проводится как специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Уровень усвоения теоретического материала проверяется посредством опроса по одному вопросу из каждого представленного выше раздела.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
отлично	10	Студент правильно, полно и четко отвечает на поставленный вопрос, используя профессиональную терминологию
хорошо	7	Студент правильно, полно и четко отвечает на поставленный вопрос, но затрудняется в формулировке профессиональных терминов
удовлетворительно	5	Студент правильно, но неполно и нечетко отвечает на поставленный вопрос и затрудняется в формулировке профессиональных терминов
плохо	3	Студент неправильно отвечает на поставленный вопрос
неудовлетворительно	1-2	Студент не отвечает на поставленный вопрос

5.2 Задания для решения кейс-задачи

Кейс-задача 1

1. Разработать методику оценки конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия.

Кейс-задача 2

1. Оценить конкурентоспособности интегрированных продуктов данного предприятия и его конкурентов.

2. Разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности интегрированных продуктов данного предприятия.

Краткие методические указания

Кейс-задача – проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Оценка качества рекламного продукта и разработка рекомендации по повышению эффективности системы управления рекламной деятельностью данного предприятия должны опираться на изучение потребностей целевой группы покупателей.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
отлично	30	если достигнуты все цели и задачи работы; результаты полностью соответствуют задачам работы; имеются аргументированные выводы по всем результатам; материал полностью обработан; оформление соответствующее
хорошо	20	если достигнуты все цели работы; результаты в достаточной мере соответствуют задачам работы; имеются выводы по результатам; материал обработан и оформлен
удовлетворительно	10	если достигнуты некоторые цели и задачи работы (не менее 70 %); имеются выводы по результатам; оформление неполное
неудовлетворительно	0-6	если работа имеется; цели и задачи некоторые достигнуты (не менее 50 %), имеются некоторые выводы; оформление неполное

5.3 Вопросы к экзамену

1. Какие основные положения теории выбора товаров на рынке?
2. Что такое «интегрированный продукт»?
3. Что такое «основной продукт»?
4. Что такое «дополнительный продукт»?
5. Что такое «качество интегрированного продукта»?
6. Что такое «потребительская привлекательность интегрированного продукта»?
7. Что такое «конкурентоспособность интегрированного продукта»?
8. Что такое «что система обеспечения конкурентоспособность интегрированного продукта»?
9. Какие этапы включает методика оценки конкурентоспособности интегрированных продуктов предприятия?

10. Какая последовательность совершенствования продуктов в области интегрированных маркетинговых коммуникаций?

Краткие методические указания

Экзамен в устной форме проводится как специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Уровень усвоения теоретического материала проверяется посредством выборочного опроса по разделам дисциплины.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
отлично	30	Студент правильно, полно и четко отвечает на поставленный вопрос, используя профессиональную терминологию

хорошо	20	Студент правильно, полно и четко отвечает на поставленный вопрос, но затрудняется в формулировке профессиональных терминов
удовлетворительно	15	Студент правильно, но неполно и нечетко отвечает на поставленный вопрос и затрудняется в формулировке профессиональных терминов
плохо	10	Студент неправильно отвечает на поставленный вопрос
неудовлетворительно	0-8	Студент не отвечает на поставленный вопрос