

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.02 ПСИХОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки (специальность) 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания

Профиль подготовки (специализация) Технология и организация общественного питания

Квалификация выпускника магистр

Форма обучения очная

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Психология маркетинговой деятельности» являются:

- формирование профессиональных компетенций в решении психологических проблем маркетинговой деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 Психология маркетинговой деятельности относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. Требования к предшествующим знаниям представлены в таблице 2.1. Перечень дисциплин, для которых дисциплина «Психология маркетинговой деятельности» является основополагающей, представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.1 – Требования к пререквизитам дисциплины

Компетенция	Дисциплина
УК-1	Философские проблемы науки и техники

Таблица 2.2 – Требования к постреквизитам дисциплины

Компетенция	Дисциплина
УК-1	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы
ПК-1	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

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

Таблица 3.1 – Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине и планируемых результатов освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять критический анализ ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Критически анализирует проблемную ситуацию, находит информацию для решения поставленной задачи	<i>Знать:</i> основные положения психологии маркетинговой деятельности; основные проблемы психологии маркетинговой деятельности <i>Уметь:</i> освоение широкого диапазона практических умений в психологии маркетинговой деятельности освоение широкого

		<p>диапазона практических умений, необходимых для выработки творческих решений в психологии маркетинговой деятельности</p> <p><i>Владеть:</i> способность интегрировать знания и справляться со сложными вопросами и формулировать суждения на основе неполной или ограниченной информации, предполагающей учет социальной и этической ответственности</p> <p>готовность интегрировать знания и справляться со сложными вопросами и формулировать суждения на основе неполной или ограниченной информации, предполагающей учет социальной и этической ответственности</p>
<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>УК-1.2 Рассматривает возможные варианты решения проблемных ситуаций, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p><i>Знать:</i> основные положения психологии маркетинговой деятельности; основные проблемы психологии маркетинговой деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> -использование различных методов, приемов при разработке проблемных вопросов в области психологии маркетинговой деятельности -использование различных способов при разработке проблемных вопросов в области психологии маркетинговой деятельности</p> <p><i>Владеть:</i> способность сообщать свои выводы и использованные для их формулировки знания и обоснование специалистам и неспециалистам четко и непротиворечиво готовность сообщать свои выводы и использованные</p>

			для их формулировки знания и обоснование специалистам и неспециалистам четко и непротиворечиво.
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.3 Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности		<i>Знать:</i> современные новейшие теории в области психологии маркетинговой деятельности современные новейшие подходы в области психологии маркетинговой деятельности <i>Уметь:</i> использование различных методов, приемов при разработке проблемных вопросов в области психологии маркетинговой деятельности использование различных способов при разработке проблемных вопросов в области психологии маркетинговой деятельности <i>Владеть:</i> способность применять свои знания и понимание и способность решать проблемы в новых и незнакомых контекстах в рамках более широких (междисциплинарных) контекстов готовность применять свои знания и понимание и способность решать проблемы в новых и незнакомых контекстах в рамках более широких (междисциплинарных) контекстов.
ПК-1 Способен использовать знания новейших достижений техники и технологии в своей научно-исследовательской деятельности	ПК-1 .1 Использует знания новейших достижений техники и технологии в своей научно-исследовательской деятельности		<i>Знать:</i> всесторонние, специализированные фактические знания в области исследовательской деятельности всесторонние, специализированные теоретические знания в области исследовательской

		<p>деятельности</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>критически оценивать новейшие достижения в области психологии маркетинговой деятельности и их применение в актуальной деятельности интерпретировать новейшие достижения в области психологии маркетинговой деятельности и их применение в актуальной деятельности</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>способность сообщать свои выводы и использованные для их формулировки знания и обоснование специалистам и неспециалистам четко и непротиворечиво</p> <p>готовность сообщать свои выводы и использованные для их формулировки знания и обоснование специалистам и неспециалистам четко и непротиворечиво.</p>
--	--	--

4. Объем дисциплины

Объем дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 Психология маркетинговой деятельности составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), (108 академических часов), распределение объема дисциплины на контактную работу обучающихся с преподавателем (КР) и на самостоятельную работу обучающихся (СР) по видам учебных занятий и по периодам обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и по периодам обучения, академические часы

Вид учебной работы	Итого КР	Итого СР	Семестр №3	
			КР	СР
Лекции (Л)	16		16	
Лабораторные работы (ЛР)				
Практические занятия (ПЗ)	30		30	
Семинары (С)				
Курсовое проектирование (КП)				
Самостоятельная работа		60		60
Промежуточная аттестация	2		2	
Наименование вида промежуточной аттестации	х	х	Зачёт	
Всего	48	60	48	60

5. Структура и содержание дисциплины

Структура и содержание дисциплины представлены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Структура и содержание дисциплины

Наименование тем	Семестр	Объем работы по видам учебных занятий, академические часы								Коды формируемых компетенций, код индикатора достижения компетенции	
		лекции	Лабораторная работа	Практические занятия	семинары	Курсовое проектирование	Индивидуальные домашние задания (контрольные работы)	Самостоятельное изучение вопросов	Подготовка к занятиям		Промежуточная аттестация
Тема 1. Общие вопросы психологии маркетинговой деятельности	3	4		8				8	8		УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-1.1
Тема 2. Общие вопросы психологии стимулирования сбыта товара	3	4		8				7	8		УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-1.1
Тема 3. Психология потребителей товара	3	4		8				7	8		УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-1.1
Тема 4. Частные вопросы психологии маркетинговой деятельности	3	4		6				6	8		УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-1.1
Контактная работа	3	16		30						2	x
Самостоятельная работа	3							28	32		x
Объем дисциплины в семестре											x
Всего по дисциплине	3	16		30				28	32	2	

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

Не предусмотрено учебным планом

5.3. Темы индивидуальных домашних заданий (контрольных работ)

5.4 Вопросы для самостоятельного изучения по очной форме обучения

№ п.п.	Наименование темы	Наименование вопросов	Объем, академические часы
1	Общие вопросы психологии	1. Принципы организации службы	8

	маркетинговой деятельности	2. Методы получения маркетинговой информации. 3. Психологические корни конкуренции. 4. Создание образа предприятия. 5. Модели покупательского поведения. 6. Сознательные и бессознательные мотивы выбора товара.	
2	Общие вопросы психологии стимулирования сбыта товара	1. Теория мотивации по З. Фрейду и ее влияние на современную психологию маркетинга. 2. Психология маркетинга и типология потребностей А. Маслоу. 3. Индивидуальные различия людей в готовности восприятия новшеств. 4. Психологические особенности поведения потребителей. 5. Модели потребительского восприятия рекламы. 6. Маркетинговая информация. 7. Выборка и ее репрезентативность.	7
3	Психология потребителей товара	1. Факторы ценообразования. 2. Методы ценообразования. 3. Общая характеристика бизнес-плана. 4. Организация маркетинговой службы предприятия. 5. Спрос и его регулирование. 6. Маркетинговые программы и их виды. 7. Реклама. Виды рекламы.	7
4	Частные вопросы психологии маркетинговой деятельности	1. Жизненные циклы товаров и их влияние на потребительское поведение. 2. Исследование маркетинговой деятельности фирмы. 3. Маркетинговые исследования рынка и их роли в деятельности фирмы. 4. Маркетинговые коммуникации. 5. Маркетинговые стратегии малого и среднего бизнеса. 6. Связи с общественностью в практике маркетинга.	6
Всего			28

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины

1. Васильева, С. А. Психология маркетинга: Электронное учебное пособие : учебное пособие / С. А. Васильева, Г. А. Жукова. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 206 с. (ЭБС «Лань»)

2. Бахотский, В. В. Анализ маркетинговой деятельности : учебное пособие / В. В. Бахотский, И. П. Войку. — Псков : ПсковГУ, 2015 — Часть 1 — 2015. — 100 с. (ЭБС «Лань»)

6.2 Дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины

1. Байдина, Е. А. Маркетинговая деятельность в работе с персоналом : учебное пособие / Е. А. Байдина. — Пермь : ПНИПУ, 2017. — 53 с. (ЭБС «Лань»)

6.3 Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

- тематическое содержание дисциплины;

7. Требования к материально-техническому и учебно-методическому содержанию дисциплины

7.1 Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине

Занятия лекционного типа проводятся в учебной аудитории для проведения занятий лекционного типа с набором демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации, укомплектованной специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Занятия семинарского типа проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий семинарского типа, укомплектованных специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Консультации по дисциплине проводятся в учебных аудиториях для групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованных специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Текущий контроль и промежуточная аттестация проводится в учебных аудиториях для текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованных специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа студентов проводится в помещениях для самостоятельной работы, укомплектованном специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Учебное оборудование хранится и обслуживается в помещениях для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

7.2 Перечень оборудования и технических средств обучения по дисциплине

«Тематические и демонстрационные материалы, справочная литература, переносные проектор и экран»

7.3 Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. JoliTest (JTRun, JTEditor, TestRun)
2. MS Office

7.4 Современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Консультант +
2. Гарант .

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлены в Приложении 6.

Программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания (приказ Минобрнауки России от 14.08.2020 г. № 1028)

Разработал(и):

Доцент, к.т.н.



Тарасенко С.С.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Технологии хранения и переработки сельскохозяйственной продукции, протокол № 7 от 17.01.2024

Зав. кафедрой



Яичкин В.Н.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании учебно-методической комиссии Агротехнологий, землеустройства и пищевых производств, протокол № 5 от 02.02.2024 г.



Декан факультета Агротехнологий, землеустройства и пищевых производств
Васильев И.В.