МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по
учебно-методической работе
_____ /Печурина Г.Г./
«____» _____ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА НА ТОВАРЫ РАЗНЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн
Профиль подготовки: Промышленный дизайн
Квалификация: бакалавр
Форма обучения очная

Факультет ТиД
Кафедра Экономики и управления

Курс – 4, семестр – 7

Лекции	18 час./0,50 з.е.	(4 час.*)	Экзамен - семестр
Практические занятия	18час./0,50 з.е.	(8 час.*)	Зачет 7 семестр
Лабораторные занятия	- час./0 з.е.		
Самостоятельная работа	50 час./1,39 з.е.		
Контроль	- час./- з.е.		
Всего	180час./5,00 з.е.		
В т.ч.контактная работа	130 час. / 3,61 з.е.		
*В т.ч.в интер. форме	(12 час.*)		

Новосибирск – 2021

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки: 54.03.01Дизайн. Утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 № 1015.

2. Базовый учебный план. Направление подготовки 54.03.01 Дизайн.

3. Основная профессиональная образовательная программа. Направление подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) подготовки «Промышленный дизайн».

4. Рабочий учебный план. Направление: 54.03.01Дизайн (квалификация «бакалавриат»). Направленность (профиль) подготовки «Промышленный дизайн», набор 2021г. (очная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:
доц, канд. экон. наук _____ О.А. Сапрыкина

ассистент _____ А.Б. Быкова

Рецензент:
доц., канд.экон.наук _____ Н.И. Воронина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 01 от «27» августа 2021 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ
доц., канд.экон.наук _____ О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД
доц., канд.техн.наук _____ Е.В. Арчинова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Аннотация (паспорт дисциплины) 4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата 5
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины 6
4 Структура и содержание учебной дисциплины 8
5 Образовательные технологии 11
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 12
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 15
8 Условия реализации программы дисциплины 18
9 Учебно-методическая карта дисциплины 20
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2021/2022 учебный год 21
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год 22
Приложение А 23

1 АННОТАЦИЯ (ПАСПОРТ ДИСЦИПЛИНЫ)

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td>Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Б1.В.ДВ.01.01</td><td>7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
процесс преподавания дисциплины «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» для студентов очной формы обучения направления подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Промышленный дизайн», ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td>Цель процесса:
выполнение требований ФГОС ВО и формирование системного понимания основных принципов и механизмов по изучению спроса на товары разных сегментов рынка, представления о фундаментальных и прикладных аспектах стратегического планирования и реализации мероприятий по изучению потребительского спроса, а также практических навыков определения ключевых компетенций и источников конкурентных преимуществ в области разработки и реализации мероприятий по изучению спроса потребителей.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Владелец процесса:
Кафедра Экономики и управления</td><td>Ответственный руководитель процесса:
доц., канд.экон.наук Сапрыкина О.А.
асс. Быкова А.Б.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Входы процесса:
студенты и знания, полученные ими при изучении дисциплин: экономика</td><td>Выходы процесса:
в результате изучения дисциплины студент должен:
Знать:
−теоретические основы аналитических исследований на предпроектном этапе;
−теоретические основы анализа потребительских предпочтений;
−основы анализа рыночных условий и аналогов изделий;
−основные тренды в дизайне объектов предметной среды;
−основы специфики и взаимодействия специализированных групп потребителей.
Уметь:
−выполнять предпроектные исследования по потребительской и рыночной ситуации;
−выстраивать необходимые коммуникации при проведении исследований;
−анализировать информацию о продукции по визуальным, содержательным, функциональным, тактильным и др. параметрам;
−анализировать аналоги промышленных изделий.
Владеть:
−приемами изучения и выявления значимых требований потребителей и заказчиков на проектируемое изделие;
−навыками анализа рынка промышленных изделий и запросов потребителей;
−навыками анализа визуальных, функциональных и др. аспектов, влияющих на разработку дизайн-проекта; анализа аналогов промышленных изделий.</td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.01.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка»

Требования к входам процесса: – способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); – способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10)	Требования к выходам процесса: соответствующие требованиям ФГОС ВО компетенции, получаемые после изучения данной дисциплины: –способен исследовать потребности потребителей детской игровой среды и продукции, проводить сравнительные исследования детской игровой среды и продукции по визуальным, содержательны м, тактильным, функциональны м и другим параметрам (ПК-1)
Поставщики процесса: Кафедра, участвующая в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Экономики и управления	Потребители процесса: Студенты 4 курса очной формы обучения и их будущие работодатели
Управляющие воздействия: – ФГОС ВО; – рабочий учебный план; – рабочая программа дисциплины; – итоговая аттестация по дисциплине; – зачет	Основные ресурсы: 7 семестр - 5 ЗЕ (180 час.); аудиторная нагрузка: ЛК – 18 часов; ПЗ – 18 часов; ЛБ – – часов; СРС – 50 часов. выделенный аудиторный фонд, информационно-библиотечные ресурсы
Контролируемые параметры процесса: участие в аудиторной работе, самостоятельная работа, выполнение практических занятий, индивидуальное задание	Методы измерения параметров процесса: Рейтинговая шкала 100 баллов, зачёт.
Показатели результативности: выполнение запланированных мероприятий в срок; обеспечивающих получение допуска к зачёту.	Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершению изучения дисциплины

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» является дисциплиной по выбору, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений рабочего учебного плана.

Таблица 2.1 – Принципы построения дисциплины

Принцип (особенность)	Содержание
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1 модуль. Основы изучения спроса на товары разных сегментов рынка 2 модуль. Основы маркетинговых исследований 3 модуль. Информация в маркетинге и маркетинговом исследовании
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Сущность основных понятий изучения потребительского спроса, процесс принятия решений потребителем как основа потребительского поведения, сущность и

Принцип (особенность)	Содержание
	основные направления маркетинговых исследований, разработка плана маркетингового исследования, процесс выборки: общие понятия, методы вероятностной и невероятностной выборки, прикладные маркетинговые исследования: исследования рынка, изучение конкурентов, сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге, методы сбора информации, обработка и анализ информации: шкалы, сводки, группировки данных
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит: практические занятия по темам: 1. Сущность маркетинга; 2. Товарная политика предприятия, жизненный цикл товара; 3. Исследование рынка и его функций. Параметры рынка и их соотношение; 4. Основные направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования в системе маркетинговых решений; 5. Определение объёма выборки; 6. Составление анкеты для проведения маркетингового исследования
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; Подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных “точек” контроля	Рейтинговая шкала 100 баллов, зачёт
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, электронные таблицы ***Excel,*** графический редактор Point и другие – как средство оформления документации.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели дисциплины)

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Изучение производственных и экономических требований, предъявляемых к дизайну объекта проектирования для реализации проекта	ПК-1	Способен исследовать потребности потребителей продукции, проводить сравнительные исследования среды и продукции по визуальным, содержательным, тактильным, функциональным и другим параметрам	***ИД-1$_{ПК-1}$*** **Знать:** – теоретические основы аналитических исследований на предпроектном этапе; – теоретические основы анализа потребительских предпочтений; – основы анализа рыночных условий и аналогов изделий; – основные тренды в дизайне объектов предметной среды; – основы специфики и взаимодействия специализированных групп потребителей ***ИД-2$_{ПК-1}$*** **Уметь:** – выполнять предпроектные исследования по потребительской и рыночной ситуации; – выстраивать необходимые коммуникации при проведении исследований; – анализировать информацию о продукции по визуальным, содержательным, функциональным, тактильным и др. параметрам; – анализировать аналоги промышленных изделий ***ИД-3$_{ПК-1}$*** **Владеть:** – приемами изучения и выявления значимых требований потребителей и заказчиков на проектируемое изделие; – навыками анализа рынка промышленных изделий и запросов потребителей; – навыками анализа визуальных, функциональных и др. аспектов, влияющих на разработку дизайн-проекта; анализа аналогов промышленных изделий	Текущий контроль: устный опрос; защита практических заданий; защита индивидуального задания

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(Выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах						в ЗЕ			4 курс	
		с преподавателями				СРС	К	Всего			7 сем.	8 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия			В т.ч. контактная работа							
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	*2*	2	4	5	6	*7*	*8*	9		10	11	12
-	7	18	18	-	130	50	-	180	5	ЛК	18	-
										ПЗ	18	-
										ЛБ	-	-

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 5 зачетных единиц, 180 часов.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
			в часах					в з.е	
			ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Основы изучения спроса на товары разных сегментов рынка	7	4	–	2	34,5	10	1,24	устный опрос; защита практических работ; защита индивидуального задания
2	Основы маркетинговых исследований	7	8	–	8	48,5	20	1,90	
3	Информационное обеспечение маркетинговых исследований	7	6	-	8	47,0	20	1,86	
4	Итого:	–	18	-	18	130	50	5,00	Итоговый контроль – зачет

4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
1	Основы изучения спроса на товары разных	ЛК-1	Сущность основных понятий изучения потребительского спроса	2	ПК-1

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
	сегментов рынка	ЛК-2	Процесс принятия решений потребителем как основа потребительского поведения	2	ПК-1
	Самостоятельная работа	СИ-1	Принципы формирования правильного представления о поведении потребителей. Экономический подход к изучению поведения потребителей	2	ПК-1
		СИ-2	Правовой подход к изучению поведения потребителей. Психологический подход к изучению поведения потребителей	4	ПК-1
		СИ-3	Социологический подход к изучению поведения потребителей. Культурологический подход к изучению поведения потребителей	4	ПК-1
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуального задания		
	Контактная работа	КАТТ	Контроль за текущей аттестацией	0,5	ПК-1
		КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	4	
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	24	
		ИТОГО		28,5	
Итого по разделу 1				∑4/10/28,5	
2	Основы маркетинговых исследований	ЛК-3	Сущность и основные направления маркетинговых исследований	2	ПК-1
		ЛК-4	Разработка плана маркетингового исследования	2	ПК-1
		ЛК-5	Процесс выборки: общие понятия, методы вероятностной и невероятностной выборки	2	ПК-1
		ЛК-6	Прикладные маркетинговые исследования: исследования рынка, изучение конкурентов	2	ПК-1
	Самостоятельная работа	СИ-4	Поисковое исследование. Итоговое исследование	6	ПК-1
		СИ-5	Многоступенчатая выборка. Определение объема выборки	7	ПК-1
		СИ-6	Модели прогнозирования в анализе маркетинговых процессов	7	ПК-1
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуального задания		
	Контактная работа	КАТТ	Контроль за текущей аттестацией	0,5	ПК-1
		КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	8	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	24	
		ИТОГО		17	
Итого по разделу 2				∑8/20/32,5	
3	Информация в маркетинге и маркетинговом исследовании	ЛК-7	Сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге	2	ПК-1
		ЛК-8	Методы сбора информации	2	ПК-1
		ЛК-9	Обработка и анализ информации: шкалы, сводки, группировки данных	2	ПК-1
	Самостоятельная работа	СИ-7	Маркетинговая информационная система и система поддержки принятия решений	6	ПК-1
		СИ-8	Метод экспертных оценок	7	ПК-1
		СИ-9	Анализ и обработка экспертных оценок	7	ПК-1
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуального задания		
	Контактная работа	КАТТ	Контроль за текущей аттестацией	1	ПК-1
		КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	8	
		СРП	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	24	
		ИТОГО		16	
Итого по разделу 3				∑6/20/33	
Итого по учебной дисциплине				∑18/50/94	
Итоговый контроль – зачет				-	
*Итого интерактивные формы обучения				4*	

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
			очная	
1	2	3	4	5
ПК-1	ПЗ-1	Сущность маркетинга	2	– определение потребностей потребителей; – «дикий маркетинг»; – решение ситуационных задач; – составление комплекса маркетинга; – контрольные вопросы.

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
			очная	
1	2	3	4	5
ПК-1	ПЗ-2	Товарная политика предприятия, жизненный цикл товара	2	– определение жизненного цикла товара; – построение матриц БКГ; – выполнение индивидуального задания; – контрольные вопросы.
ПК-1	ПЗ-3	Исследование рынка и его функций. Параметры рынка и их соотношение	2	– дискуссия; – оценка доли предприятия на рынке; – расчёт коэффициента ценовой эластичности; – контрольные вопросы.
ПК-1	ПЗ-4	Основные направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования в системе маркетинговых решений	2	– составление этапов маркетингового исследования; – решение ситуационных задач; – контрольные вопросы.
ПК-1	ПЗ-5	Определение объёма выборки	2	– определение объёмов выборки произвольным методом; – определение объёмов выборки статистическим методом; – решение ситуационных задач; – контрольные вопросы.
ПК-1	ПЗ-6	Составление анкеты для проведения маркетингового исследования	8	– составление анкеты для проведения маркетингового исследования; – проведение опроса; – обработка результатов;. – контрольные вопросы.
Итого по *семестру*			∑18	
Итого по дисциплине			∑18	
Итого интерактивные формы обучения			8*	

4.3.3 Лабораторные работы – не предусмотрены

4.3.4 Курсовая работа (курсовой проект) – не предусмотрена

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций (таблица 5.1).

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
1	2	3	4
Дискуссия	+	+	
Кейс-задача		+	
Модульное обучение	+	+	+
Командная работа			
Опережающая СРС			+
Индивидуальное обучение			+
Проблемное обучение	+		
Обучение на основе опыта	+		

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

– теоретический материал дисциплины изучается на лекционных занятиях с использованием мультимедиа;

– самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;

– закрепление теоретического материала при выполнении практических заданий с использованием IT-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн «бакалавр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1. Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
ПК-1	Профессиональные	Способен исследовать потребности потребителей продукции, проводить сравнительные исследования среды и продукции по	ЛК СРС ПЗ	Собеседование – устный опрос (защита практических работ); Индивидуальное задание;

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
		визуальным, содержательным, тактильным, функциональным и другим параметрам		Вопросы к зачету

Таблица 6.2 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

№	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса	Форма контроля
1	2	3	4
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-3	Устный опрос
2	Подготовка к выполнению практических заданий	1-3	Защита практических работ
3	Подготовка и выполнение индивидуального задания	1-3	Защита индивидуального задания

На самостоятельную работу выделяется 50 часов.

6.1 Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических работ;

К-3 Выполнение и защита индивидуального задания

К-4 Зачет по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-80) и числа баллов полученных на зачёте (0-20). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя: баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта; баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета, защита индивидуального задания.

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается зачётом. К зачёту

допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 60 и более баллов. Зачёт проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за зачёт – 0, максимальное – 20. Обучающийся, набравший за семестр менее 60 баллов, к зачёту не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А.1, А.2).

6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка».

6.2.1 Вопросы к зачету

1. Сущность основных понятий изучения потребительского спроса
2. Процесс принятия решений потребителем как основа потребительского поведения
3. Принципы формирования правильного представления о поведении потребителей
4. Экономический подход к изучению поведения потребителей
5. Правовой подход к изучению поведения потребителей. Психологический подход к изучению поведения потребителей
6. Социологический подход к изучению поведения потребителей
7. Культурологический подход к изучению поведения потребителей.
8. Сущность и основные направления маркетинговых исследований
9. Разработка плана маркетингового исследования
10. Процесс выборки: общие понятия, методы вероятностной и невероятностной выборки
11. Прикладные маркетинговые исследования: исследования рынка, изучение конкурентов
12. Поисковое исследование.
13. Итоговое исследование
14. Многоступенчатая выборка
15. Определение объема выборки
16. Модели прогнозирования в анализе маркетинговых процессов
17. Сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге
18. Методы сбора информации
19. Обработка и анализ информации: шкалы, сводки, группировки данных
20. Маркетинговая информационная система и система поддержки принятия решений
21. Метод экспертных оценок
22. Анализ и обработка экспертных оценок
23. Формирование потребительского спроса
24. Типы покупателей, решение о покупке
25. Исследование поведения потребителей
26. Новые носители потребительского спроса
27. Софтизация и сервизация потребительского спроса

28. Глобальный потребительский спрос

29. Матрица потребительского спроса в России

30. Постиндустриальная экономика как новая фаза формирования и развития потребительского спроса

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» представлена в таблице 7.1

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения задания по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» обучающиеся используют широкий арсенал программных продуктов: MS Word, MS Excel, MS Power Point и т.д., а также иные ресурсы:

– приложения для онлайн-работы с файлами: GOOGLE ДОКУМЕНТЫ, GOOGLE ТАБЛИЦЫ, GOOGLE ПРЕЗЕНТАЦИИ и др.

Таблица 7.1 – Обеспечение образовательного процесса по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» учебной и учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Кол-во экз.	Количество экз.литературы на одного обучающегося
1	2	3	4	5
Б1.В.ДВ.01.01	Изучение спроса на товары разных сегментов рынка	*Основная литература*: Б-1 Степанова, Т.Е. Потребительский спрос в постиндустриальной экономике (теория и практика): учеб. пособие / Т.Е. Степанова, О.А. Рыбалкина. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 160 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/935479 Б-2 Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – 2-е изд., доп. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. – 368 с. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1058467 *Дополнительная литература:* Б-3 Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: КУРС: ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1054208 Б-4 Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О.Н. Романенковой. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. – 320 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1047745 Б-5 Наумов, В.Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 345 с. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1014653 *Учебно-методическая литература:* М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» / О.А. Сапрыкина, А.Б. Быкова. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2021. –24 с. URL: https://moodle.ntirgu.ru М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для организации	100% 100% 100% 100% 100% 100%	

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Кол-во экз.	Количество экз.литературы на одного обучающегося
1	2	3	4	5
		самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка»/ О.А. Сапрыкина, А.Б. Быкова. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2021. – 23 с. URL: https://moodle.ntirgu.ru	100%	

Заведующая библиотекой _____ Н.И. Русских
личная подпись *расшифровка подписи*

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Лекции:

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

- Практические занятия:

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представлена в виде таблицы (таблица 8.1).

Таблица 8.1 – Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.В.ДВ.01.01	Изучение спроса на товары разных сегментов рынка	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. 301 ауд. – учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Аудиторная мебель – столы 26 шт., стулья 66 шт., стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. Кондиционер 2 шт. 201 ауд. – Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Аудиторная мебель – парты 33 шт., стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом.	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.В.ДВ.01.01	Изучение спроса на товары разных сегментов рынка	Персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. 501 ауд. – Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Аудиторная мебель – столы 21 шт., стулья 43 шт., стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Вместимость не менее 40 человека. Персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

7 семестр

№ нед.	Номер темы *учебных занятий*			Используемые *учебно-методические* материалы	*Самостоятельная* работа студентов (СРС)	Форма *контроля*
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	2	3	4	5	6	7
1	ЛК-1	ПЗ-1	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2		БРС
2			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-1	БРС
3	ЛК-2	ПЗ-2	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-2, СИ-3	БРС
4			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-1 – СИ-3	БРС
5	ЛК-3	ПЗ-3	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2		БРС
6			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-4	БРС
7	ЛК-4	ПЗ-4	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2		БРС
8			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-5	БРС
9	ЛК-5	ПЗ-5	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2		БРС
10			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-6	БРС
11	ЛК-6	ПЗ-6	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2		БРС
12			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-4 – СИ-6	БРС
13	ЛК-7	ПЗ-6	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2		БРС
14			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-7	БРС
15	ЛК-8	ПЗ-6	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2		БРС
16			–	Б-1 – Б-5, М-1	СИ-8	БРС
17	ЛК-9	ПЗ-6	–	Б-1 – Б-5, М-1, М-2	СИ-9	Зачёт

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2021/2022 УЧЕБНЫЙ ГОД

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в рабочую программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
1	2	3	4
Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)	Дизайна		

Декан ФТиД _____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1) ……..;
2) ……...

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры Э и У
«___» _____ 20___ г. Протокол № ___

Заведующий кафедрой_____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой_____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФТиД _____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 - Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка», 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Промышленный дизайн».

очная форма обучения

(4 курс, 7 семестр)

Оценка Вид контроля	Баллы	ДМ-1				ДМ-2					РР	ДМ-3									РР	Всего
		ТР (неделя)				ТР (неделя)					Итого	ТР (неделя)									Итого	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		
7 семестр																						
Посещаемость ЛК	1,0	*		*		*		*		*			*		*		*		*			9,0
Конспекты лекций	5,5									*									*			11,0
Посещаемость ПЗ	1,0	*		*		*		*		*			*		*		*		*			8,0
Ритмичность работы	1,0	*		*		*		*		*			*		*		*		*			8,0
Оформление отчета по ПЗ	1,5	*		*		*		*		*									*			9,0
Защита отчета по ПЗ	3,0	*		*		*		*		*									*			18,0
Самостоятельная работа	1,0	*		*		*		*		*			*		*		*		*			9,0
Индивидуальное задание	2,0	*						*		*									*			8,0
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						80
Зачет																						20
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль; ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ПР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Преподаватель: _____ /А.Б. Быкова/

Зав. кафедрой ЭиУ: _____ /О.А. Сапрыкина/

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» студента гр. _____

(курс 4, семестр 7)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ кон-спект		защита ПЗ		СР / защита ИЗ	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	ЛК-1	2	Сущность основных понятий изучения потребительского спроса	1,0		-		-		-		1,0	
3	ЛК-2	2	Процесс принятия решений потребителем как основа потребительского поведения	1,0		-		-		-		1,0	
5	ЛК-3	2	Сущность и основные направления маркетинговых исследований	1,0		-		-		-		1,0	
7	ЛК-4	2	Разработка плана маркетингового исследования	1,0		-		-		-		1,0	
9	ЛК-5	2	Процесс выборки: общие понятия, методы вероятностной и невероятностной выборки	1,0		-		4,5		-		1,0	
11	ЛК-6	2	Прикладные маркетинговые исследования: исследования рынка, изучение конкурентов	1,0		-		-		-		1,0	
13	ЛК-7	2	Сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге	1,0		-		-		-		1,0	
15	ЛК-8	2	Методы сбора информации	1,0		-		-		-		1,0	
17	ЛК-9	2	Обработка и анализ информации: шкалы, сводки, группировки данных	1,0		-		4,5		-		1,0	
1	ПЗ-1	2	Сущность маркетинга	1,0		1,0		1,5		3,0		2,0	
3	ПЗ-2	2	Товарная политика предприятия, жизненный цикл товара	1,0		1,0		1,5		3,0		-	
5	ПЗ-3	2	Исследование рынка и его функций. Параметры рынка и их соотношение	1,0		1,0		1,5		3,0		-	
7	ПЗ-4	2	Основные направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования в системе маркетинговых решений	1,0		1,0		1,5		3,0		2,0	

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		защита ПЗ		СР / защита ИЗ	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
9	ПЗ-5	2	Определение объёма выборки	1,0		1,0		1,5		3,0		2,0	
11	ПЗ-6	2	Составление анкеты для проведения маркетингового исследования	1,0		1,0		0,5		-		-	
13	ПЗ-6	2	Составление анкеты для проведения маркетингового исследования	1,0		1,0		0,5		-		-	
15	ПЗ-6	2	Составление анкеты для проведения маркетингового исследования	1,0		1,0		0,5		-		-	
17	ПЗ-6	2	Составление анкеты для проведения маркетингового исследования	1,0		1,0		1,5		3,0		2,0	
Итого:		36	Всего:	18,0		9,0		20,0		18,0		17,0	
			Дополнительный рейтинг:	10									
			Максимальный балл к зачёту:	18,0+9,0+20,0+16,0+17,0=80									
			Минимальный балл к зачёту:	60									

Примечание: Посещаемость лекций – 1,0 балл;
Посещаемость практических занятий – 1,0 балл;
Проверка наличия конспектов лекций – 4,5 балла;
Ритмичность работы ПЗ – 1,0 балл, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,5 балла;
Оформление отчета по ПЗ – 1,5 балла;
Защита отчёта о выполнении практического занятия – 3,0 балла;
Контроль выполнения самостоятельной работы – 1,0 балл;
Дополнительные виды работ – 10 баллов;
Минимальный балл для допуска к зачёту – 60 баллов.

Итого:	Балл:	Оценка:

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Преподаватель: _____ / А.Б. Быкова /

Рецензия
на рабочую программу дисциплины
Изучение спроса на товары разных сегментов рынка
основной профессиональной образовательной программы
НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн
направленность (профиль) «Промышленный дизайн»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 54.03.01 Дизайн, профиль «Промышленный дизайн» дисциплина изучается в рамках вариативной части подготовки прикладного бакалавриата, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Разработчики рабочей программы дисциплины (РПД) – зав. кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А., асс. Быкова А.Б.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	2	3
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотнесены с общими целями основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), в том числе: - имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (ПК-1): - по ФГОС ВО по направлению(ям), - по ОПОП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённому на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических (лабораторных, семинарских) занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; - методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	2	3
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: *(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)*	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: *участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее*	Нет

РПД «Изучение спроса на товары разных сегментов рынка» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль «Промышленный дизайн» в представленном виде.

Рецензент:
канд.экон.наук, доц. кафедры ЭиУ Н.И. Воронина