

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 28.06.2023 15:55:47

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.06 Поведение потребителя в цифровой среде

Основная профессиональная образовательная программа 38.03.06 Торговое дело программа Управление бизнесом в сфере электронной коммерции

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Поведение потребителя в цифровой среде входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Философия, История России, Экономическая история, Маркетинг, Русский язык и культура речи, Русский язык как иностранный, Основы российской государственности, Командообразование и работа в команде, Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО, Адаптивная физическая культура, Адаптация лиц с ОВЗ, Консультационный проект, Технологии работы в социальных сетях, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Комьюнити-менеджмент, Интернет - маркетинг в торговле, Цифровые инструменты исследования рынков товаров и услуг, Проектирование бизнеса в цифровой среде, Корпоративный и персональный имиджмэйкинг, Технологии продажи профессиональных услуг, Оптимизация торгового ассортимента

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Поведение потребителя в цифровой среде в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-5	УК-5.1: Знать: сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь; закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; историю становления и развития государственности	УК-5.2: Уметь: обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия; давать оценку культурно-историческим ценностям России; систематизировать механизмы социально-экономического и политического развития России в контексте всемирно- исторического процесса	УК-5.3: Владеть (иметь навыки): способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения; навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; способностью обобщать особенности эволюции процессов государственного развития

УК-9 - Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-9	УК-9.1: Знать:	УК-9.2: Уметь:	УК-9.3: Владеть (иметь навыки):
	основы инклюзивности в профессиональной деятельности, возможности адаптации лиц с ОВЗ к особенностям деятельности организации	создать условия толерантной культуры, обеспечивать доступность для лиц с ОВЗ, применять основы дефектологических знаний в проектировании инклюзивных объектов и систем, в создании безбарьерной среды	навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах; навыками организации инклюзивной профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен собирать, обрабатывать и хранить информацию об основных параметрах конъюнктуры рынка на основе цифровых технологий

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-1	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка	применять традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, формировать информационное обеспечение предпринимательской деятельности, включая цифровые базы данных, принимать экономические и управленческие решения на основе проведенной визуализации и базового анализа данных об основных параметрах рынка	навыками применения традиционных и цифровых методов сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, навыками обоснования управленческих решений в предпринимательской деятельности на основе данных исследования рынка

ПК-3 - Способен оптимизировать ассортиментно-ценовую и сервисную политику предприятия в соответствии с цифровой экономикой, учитывать характеристики целевой аудитории и партнеров в бизнес-среде

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом	проектировать предпринимательской деятельности и	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации

	особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия	адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе современным информационно-коммуникационных технологий	к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики
--	---	--	---

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	85.85/2.38
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Поведение потребителя в цифровой среде представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР		
			Практич. занятия	ГКР			
1.	Деловые культуры и межкультурные коммуникации.	2				40	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-9.1, УК-9.2, УК-9.3, ПК- 1.1, ПК-1.2, ПК- 1.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3
2.	Анализ поведения потребителя в цифровой среде		2			45,85	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-9.1, УК-9.2, УК-9.3, ПК- 1.1, ПК-1.2, ПК- 1.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3

Контроль	18				
Итого	2	2	0.15	85.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
2.	Деловые культуры и межкультурные коммуникации.	лекция	Коммуникативные типы людей. Коммуникативные компетенции

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
2.	Анализ поведения потребителя в цифровой среде	практическое занятие	Онлайн и мобильные коммуникации и поведение потребителей – тренды развития, модели.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Деловые культуры и межкультурные коммуникации.	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Анализ поведения потребителя в цифровой среде	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03521-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110974.html>

Дополнительная литература

1. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 311 с. — ISBN 978-5-394-01475-8. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110989.html>

Литература для самостоятельного изучения

1. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15797-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509767>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели

	Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Поведение потребителя в цифровой среде:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-5.1: Знать:	УК-5.2: Уметь:	УК-5.3: Владеть (иметь навыки):
	сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь; закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; историю становления и развития государственности	обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия; давать оценку культурно-историческим ценностям России; систематизировать механизмы социально-экономического и	способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения; навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; способностью обобщать особенности эволюции процессов государственного развития

		политического развития России в контексте всемирно- исторического процесса	
Пороговый	сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь;	обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися–представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия;	способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения;
Стандартный (в дополнение к пороговому)	сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь; закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории;	обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися–представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия; давать оценку культурно-историческим ценностям России;	способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения; навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории;
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь; закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; историю становления и развития государственности	обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися–представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия; давать оценку культурно-историческим ценностям России; систематизировать механизмы социально-экономического и политического развития России в контексте всемирно- исторического процесса	способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения; навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; способностью обобщать особенности эволюции процессов государственного развития

УК-9 - Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-9.1: Знать:	УК-9.2: Уметь:	УК-9.3: Владеть (иметь навыки):
	основы инклюзивности в профессиональной деятельности, возможности адаптации лиц с ОВЗ к особенностям деятельности организации	создать условия толерантной культуры, обеспечивать доступность для лиц с ОВЗ, применять основы дефектологических знаний в проектировании инклюзивных объектов и систем, в создании безбарьерной среды	навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах; навыками организации инклюзивной профессиональной деятельности

Пороговый	основы инклюзивности в профессиональной деятельности,	создать условия толерантной культуры,	навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной сфере;
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основы инклюзивности в профессиональной деятельности, возможности адаптации лиц с ОВЗ к особенностям деятельности организации	создать условия толерантной культуры, обеспечивать доступность для лиц с ОВЗ, применять основы дефектологических знаний в проектировании инклюзивных объектов	навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах;
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основы инклюзивности в профессиональной деятельности, возможности адаптации лиц с ОВЗ к особенностям деятельности организации с учетом отраслевых особенностей	создать условия толерантной культуры, обеспечивать доступность для лиц с ОВЗ, применять основы дефектологических знаний в проектировании инклюзивных объектов и систем, в создании безбарьерной среды	навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах; навыками организации инклюзивной профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен собирать, обрабатывать и хранить информацию об основных параметрах конъюнктуры рынка на основе цифровых технологий

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка	применять традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, формировать информационное обеспечение предпринимательской деятельности, включая цифровые базы данных, принимать экономические и управленческие решения на основе проведенной визуализации и базового анализа данных об основных параметрах рынка	навыками применения традиционных и цифровых методов сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, навыками обоснования управленческих решений в предпринимательской деятельности на основе данных исследования рынка
Пороговый	традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка; теории поведения потребителя	применять традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка,; уметь понять и предсказать поведение потребителя	навыками применения традиционных и цифровых методов сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, и владеть технологиями традиционных и цифровых методов сбора информации поведения потребителя

Стандартный (в дополнение к пороговому)	традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка; основные методы поведения потребителя	применять традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, формировать информационное обеспечение предпринимательской деятельности, включая цифровые базы данных; и выявить причинно-следственные связи которые управляют убеждениями потребителей	навыками применения традиционных и цифровых методов сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, навыками обоснования управленческих решений и владеть технологиями традиционных и цифровых методов сбора и обработки информации поведения потребителя с использованием современных цифровых сервисов
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка; принципы которыми следует руководствоваться в процессе анализа поведения потребителя	применять традиционные и цифровые методы сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, формировать информационное обеспечение предпринимательской деятельности, включая цифровые базы данных, принимать экономические и управленческие решения на основе проведенной визуализации и базового анализа данных об основных параметрах; уметь разработать маркетинговые стратегии на анализе поведения потребителя	навыками применения традиционных и цифровых методов сбора, обработки и хранения информации об основных параметрах рынка, навыками обоснования управленческих решений в предпринимательской деятельности на основе данных исследования рынка и владеть навыками применения различных количественных и качественных методов исследования потребительского поведения в соответствии с целями и задачами

ПК-3 - Способен оптимизировать ассортиментно-ценовую и сервисную политику предприятия в соответствии с цифровой экономикой, учитывать характеристики целевой аудитории и партнеров в бизнес-среде

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия	проектировать предпринимательской деятельности и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе современным информационно-коммуникационных технологий	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики

Пороговый	основы проектирования предпринимательской деятельности	проектировать предпринимательскую деятельность	навыками проектирования предпринимательской деятельности
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды	проектировать предпринимательскую деятельность и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основы проектирования предпринимательской деятельности с учетом особенностей субъектов микросреды и факторов макросреды предприятия	проектировать предпринимательскую деятельность и адаптировать ее к изменениям внешней микро- и макросреды, развивать ее в цифровом пространстве на основе современным информационно-коммуникационных технологий	навыками проектирования предпринимательской деятельности, ее адаптации к изменениям на рынке, к требованиям цифровой экономики

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Деловые культуры и межкультурные коммуникации.	УК-5.1, УК-5.2, УК- 5.3, УК-9.1, УК-9.2, УК-9.3, ПК-1.1, ПК- 1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Тестирование	Зачет
2.	Анализ поведения потребителя в цифровой среде	УК-5.1, УК-5.2, УК- 5.3, УК-9.1, УК-9.2, УК-9.3, ПК-1.1, ПК- 1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Тестирование	Зачет

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Деловые культуры и межкультурные коммуникации.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Культура в аспекте межкультурной деловой коммуникации. 2. Культура как сумма ценностей, норм и системы символов какого-либо общества. 3. Культура как социальный феномен. Антропологический подход в понимании культуры. 4. Культура как система знаний 5. Роль языка в межкультурной коммуникации 6. Причины нарушения связи между коммуникативными целями и языковыми средствами при межкультурной коммуникации. 7. Коммуникация как передача и обмен сообщениями. 8. Понятие интеракции. Факторы, влияющие на интеракцию 9. Взаимопонимание как основная особенность коммуникации 10. Понятие и структура коммуникативного процесса.

	<p>11. Понятие культурного стандарта. 12. Формы осуществления межкультурной коммуникации 13. Межрасовая, международная, межэтническая и интераккультурная коммуникация. 14. История исследований по межкультурной коммуникации. 15. Источники и механизмы изменений культуры 16. Культурная диффузия и ее современные контексты 17. Изменения культуры в эпоху глобализации 18. Значение культурных изменений для взаимодействия культур 19. Социокультурные условия общения как совокупность социальных, идеологических, политических, правовых, экономических особенностей жизни этноса или социума 20. Структура коммуникативной компетенции 21. Межкультурная компетенция в деловой коммуникации 22. Проблема «чужого» в построении межкультурной коммуникации 23. Понятие «доступа» в межкультурной коммуникации 24. Коммуникативная компетенция коммуникаторов как совокупности личностных свойств и возможностей. 25. Стратегии как образцы речевых действий для достижения определенных целей 26. Способы реализации стратегии «выстраивания благоприятных отношений с партнером». 27. Тактика как различные типы реализации одной стратегии. 28. Тактика настроения на переговоры. 29. Тактика поддержания имиджа партнера 30. Обеспечение адекватного взаимопонимания. 31. Оптимальная аргументация в ходе переговоров. Стратегия и стиль убеждения. 32. Анализ сильных и слабых сторон участников коммуникации</p>
<p>Анализ поведения потребителя в цифровой среде</p>	<p>1.Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шоппинг в любом месте в любое время, мультиканальность. 2.Модель eCDP 3.Модель ETSU EC Consumer Behavior Model, by dr. Tony Pittarese 4.Модель Millward Brown, 5.Концепт ROPO, Research Online 6.Медийная интернет-реклама в России: динамика и эволюция через таргетинг. 7.Реклама с широким охватом. 8.Разные типы баннерной рекламы. 9.Новые технологии и возможности медийной рекламы для проведения кампаний.</p>

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

1.К концептуальным подходам определения культуры относятся:

- политический, балансовый, экономический, финансовый, социальный
- описательный, социологический, психологический, деятельностный, символический
- наглядный, доступный, надёжный, информативный, экономный
- всё вышеперечисленное

2. Общие представления, разделяемые большей частью общества, относительно того, что является желательным, правильным и полезным – это:

- ценности
- традиции
- обычаи
- ритуалы

3.К определению культурные универсалии можно отнести выражение:

- осознание человеком своей принадлежности к определённой социальной общности как носительнице конкретной культуры
- формирование эстетических понятий, оценок, суждений, идеалов, потребностей
- это черты, присущие всем без исключения культурам
- форма существования общества, состоящего из различных взаимосвязанных этнических общностей

4. Метод научного познания, сущность которого в разделении социокультурных систем и объектов, их группировка с помощью обобщенной идеальной модели или типа - это :

- культурные универсалии
- компоненты культуры
- типология культуры
- социокультурная идентичность

5. К компонентам культуры относятся:

- знания, влияние, ответственность, экономность
- влияние, выбор методов, личный опыт, ответственность
- ценности, шалость, непослушание, ответственность
- знания, ценности, нормы, обряд, обычай, ритуал, традиции.

6. Социокультурная идентичность это:

- осознание человеком своей принадлежности к определённой социальной общности как носительнице конкретной культуры
- формирование эстетических понятий, оценок, суждений, идеалов, потребностей
- это черты, присущие всем без исключения культурам
- форма существования общества, состоящего из различных взаимосвязанных этнических общностей

7. Элементы социокультурного наследия, передающиеся из поколения в поколение и сохраняющиеся в определенном обществе в течение длительного времени – это:

- ценности
- традиции
- обычаи
- ритуалы

8. К одному из множества определений культуры можно отнести выражение:

- развитие талантов и дарования у индивида, представление о прекрасном, существующем в мире
- форма существования общества, состоящего из различных взаимосвязанных этнических общностей
- метод воздействия на людей при осуществлении конкретного вида деятельности
- динамичная система знаний, ценностей, творений и действий, производимых людьми

9. Вставьте «потерявшиеся» слова в определение (национальных, мировое, тип, культура, глобальной, лучших) :

- _____ мировая — термин, употребляющийся в двух основных смыслах:
- совокупность _____ достижений всех _____ культур планеты;
 - новый _____ культуры, приходящий на смену существованию разрозненных национальных культур вследствие их _____ интеграции в _____ сообщество.

10. Выберите из предлагаемого списка функции культуры:

- описательная, социологическая, психологическая, деятельностная, символическая
- познавательная, историческая преемственность, знаковая, ценностная, коммуникативная, гуманистическая, регулятивно-нормативная, социальной интеграции
- воспитывающая, контролирующая, закрепляющаяся, познавательная, описательная
- всё вышеперечисленное

11. Практически все, что окружает человека, что составляет его среду обитания и общения можно назвать:

- коммуникативной средой
- правовым полем
- социально-психологической средой

- экономической средой

12. Стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт это:

- коммуникативное событие
- структура речевой коммуникации
- коммуникативная цель
- коммуникативная интенция

13. Испытывает трудности на контактоустанавливающей фазе общения, затем четок и логичен. Рекомендуется использовать стратегию 'разогревания' партнера (вступительная часть 'о погоде', фактическое общение). Это характеризует:

- доминантного коммуниканта
- мобильного коммуниканта
- ригидного коммуниканта
- интровертного коммуниканта

14. В сфере бизнес - коммуникации коммуникативными событиями можно считать:

- собрание, заседание
- презентации, выставки
- встречи выпускников, классный час
- нет правильного ответа

15. Семиотика или семиология является наукой о :

- воспитании подрастающего поколения
- традициях в национальных культурах
- структуре речевой коммуникации
- значащих формах (знаках), средствах выражения значения

16. Намерение коммуниканта осуществить то или иное действие через коммуникативный акт или с его помощью – это:

- коммуникативное событие
- структура речевой коммуникации
- коммуникативная цель
- коммуникативная интенция

17. Вставьте пропущенные слова в выражение (компетенция, стратегий, паспорт, коммуникативной, совокупность, мотивационных) : Под _____ личностью будем понимать _____ индивидуальных коммуникативных _____ и тактик, когнитивных, семиотических, _____ предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации как коммуникативная _____ индивида, его 'коммуникативный _____' (И.А.Стернин)

18. Практическое владение вербальными и невербальными средствами для осуществления коммуникативных функций; умение варьировать коммуникативные средства в процессе коммуникации в связи с изменением ситуации и условий общения; построение дискурса в соответствии с нормами кода и правилами этикета – это:

- функциональный параметр коммуникативной личности
- мотивационный параметр коммуникативной личности
- когнитивный параметр коммуникативной личности
- социально – психологический параметр личности

19. Легко входит в разговор, переходит с темы на тему, говорит много, интересно и с удовольствием, не теряется в незнакомой ситуации общения. Следует иногда – в собственных интересах – возвращать его к нужной теме. Это характеризует:

- доминантного коммуниканта
- мобильного коммуниканта
- ригидного коммуниканта
- интровертного коммуниканта

20. Взаимное признание статусов участников общения как коммуникантов и как членов группы; кроме того, публичное оценивание достижения других; умение вовремя разрядить обстановку (шутка, анекдот); умение выразить согласие с групповыми идеями, действиями и решениями; умение предложить нужную информацию и идеи группе – это:

- мотивационный параметр коммуникативной личности
- условия функционирования массовой коммуникации
- когнитивный параметр коммуникативной личности
- правила коммуникативного поведения в группе

22. Артефакты, которые используются в производстве: орудия материального и духовного производства: -это:

- вторичные артефакты
- синтетические артефакты
- первичные артефакты
- третичные артефакты

23. По определению Д.Н. Овсяннико-Куликовского, в национальных характерах им различались два типа:

- пассивный и активный
- синтетический и аналитический
- первичный и вторичный
- активный и поликультурный

24. Одна из наук, занимающаяся невербальной коммуникацией, обозначающая поведение в пространстве, значение дистанции между собеседниками - это:

- кинесика
- хронемика
- такесика
- проксемика

25. Психический склад этноса состоит из следующих элементов:

- пассивность, активность, первичность, вторичность
- характер, темперамент, обычаи и традиции, этническое сознание
- адаптация, интеграция, безопасность, условности
- поликультурность, артефакты, условности, приличия

26. Выберите верные типы реакций на другую культуру:

- отрицание культурных значений, защита собственного превосходства, минимизация культурных различий, адаптация к новой культуре, интеграция
- инокультурное, аномальное, родное, зловещее, интеграция, адаптация, политическое влияние
- все ответы верны
- нет правильного ответа

27. Этнокультурное общение- это:

- разделение социокультурных систем и объектов, их группировка с помощью обобщённой идеальной модели или типа
- результат взаимного влияния взаимодействующих культур, при котором представители одной культуры принимают ценности, нормы, обычаи и традиции другой культуры
- совокупность специфических духовных и физических качеств, норм поведения, типов общения и деятельности, типичных для представителей одной нации.
- способ социального взаимодействия народов в целях трансляции социокультурного опыта и организации совместной деятельности

28. Одна из наук, занимающаяся невербальной коммуникацией, изучающая роль прикосновений при общении - это:

- кинесика
- хронемика
- такесика
- проксемика

29. Выберите правильное определение значения слова Аккультурация-это:

- разделение социокультурных систем и объектов, их группировка с помощью обобщённой идеальной модели или типа
- результат взаимного влияния взаимодействующих культур, при котором представители одной культуры принимают ценности, нормы, обычаи и традиции другой культуры

- совокупность специфических духовных и физических качеств, норм поведения, типов общения и деятельности, типичных для представителей одной нации.

- способ социального взаимодействия народов в целях трансляции социокультурного опыта и организации совместной деятельности

30. Артефакты, к которым относится автономный мир игровой деятельности - это:

- вторичные артефакты

- синтетические артефакты

- первичные артефакты

- третичные артефакты

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Деловые культуры и межкультурные коммуникации. Стратегии и модели достижения взаимопонимания в условиях межкультурной коммуникации	<ol style="list-style-type: none">1. Культура в аспекте межкультурной деловой коммуникации.2. Культура как сумма ценностей, норм и системы символов какого-либо общества.3. Культура как социальный феномен. Антропологический подход в понимании культуры.4. Культура как система знаний5. Роль языка в межкультурной коммуникации6. Причины нарушения связи между коммуникативными целями и языковыми средствами при межкультурной коммуникации.7. Коммуникация как передача и обмен сообщениями.8. Понятие интеракции. Факторы, влияющие на интеракцию:9. Взаимопонимание как основная особенность коммуникации10. Понятие и структура коммуникативного процесса.11. Понятие культурного стандарта.12. Формы осуществления межкультурной коммуникации13. Межрасовая, международная, межэтническая и интераккультурная коммуникация.14. История исследований по межкультурной коммуникации.15. Источники и механизмы изменений культуры16. Культурная диффузия и ее современные контексты17. Изменения культуры в эпоху глобализации18. Значение культурных изменений для взаимодействия культур19. Социокультурные условия общения как совокупность социальных, идеологических, политических, правовых, экономических особенностей жизни этноса или социума.20. Структура коммуникативной компетенции21. Межкультурная компетенция в деловой коммуникации22. Проблема «чужого» в построении межкультурной коммуникации23. Понятие «доступа» в межкультурной коммуникации24. Коммуникативная компетенция коммуникаторов как совокупности личностных свойств и возможностей.25. Стратегии как образцы речевых действий для достижения определенных целей26. Способы реализации стратегии «выстраивания благоприятных отношений с партнером».27. Тактика как различные типы реализации одной стратегии.28. Тактика настроя на переговоры.
Анализ поведения потребителя в цифровой среде	<ol style="list-style-type: none">29. Новые формы торговли (универмаг, супермаркет) и их роль в формировании сообществ потребления30. Роль рекламы в развитии потребительского общества. Периодизация рекламы.31. Гендерные различия в потребительском поведении32. Мода и ее влияние на потребительское поведение33. Особенности потребления в современном обществе (новый консьюмеризм)

	34. Особенности потребления в Интернете 35. Потребление в традиционном торговом центре: особенности покупательского поведения 36. Шопинг в Интернете: особенности потребительского поведения
--	--

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	УК-5, УК-9, ПК-1, ПК-3
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне