Нестеренко Ирина Юрьевна

Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2026.01.15 10:02:26 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР
_____ О.В. Зубкова

«20» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МДК.01.01. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

42.02.01 Реклама
(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе
(наименование квалификации)

Кафедра: Менеджмента и управления персоналом

Разработчики программы:
К.э.н., доцент кафедры МиУП Е.В. Ярушина

Программа обсуждена на заседании кафедры МиУП
протокол № 5 от «24» января 2024 г.

Заведующий кафедрой МиУП
_____ Е.В. Маскайкина

«24» января 2024 г.

Оглавление

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 3
3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА 3
4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ: 3
5.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы 4
5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Поведение потребителей» (очная/заочная форма обучения) 5
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 7
6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению 7
6.2 Информационное обеспечение обучения 7
7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 8
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 8
9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ……...11
10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ 27

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА, КУРСА, ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа учебной дисциплины «Поведение потребителей» является частью профессионального модуля ПМ 01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения учебной дисциплины**:** сформировать у обучающихся знания, умения и навыки в области исследования поведения потребителей и маркетинговых исследований, позволяющих наиболее квалифицированно взаимодействовать с потребителями; сформировать представления об особенностях потребительского поведения индивида и навыки использования полученных знаний на рынке товаров и услуг**.**

Задачи изучения учебной дисциплины:

- - знакомство с теоретическими основами курса: раскрытие сущности и особенностей потребительского поведения, функций и роли потребителя, возможности целенаправленного использования на практике;
- - изучение психологической структуры поведения потребителя;
- - анализ методов маркетингового исследования поведения потребителей;
- - выявление наиболее перспективных направлений работы с потребителем.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к профессиональному модулю ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» ППССЗ по специальности СПО 42.02.01 Реклама квалификация Специалист по рекламе.

Дисциплина основывается на знаниях, полученных при освоении дисциплины ОУД.13 «Обществознание».

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении данной дисциплины, будут использованы при изучении дисциплин профессиональных модулей ПМ.04, ПМ.05.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими основным видам деятельности согласно ФГОС СПО:

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Таким образом, в результате освоения дисциплины обучающийся должен:

иметь практический опыт:

определения целевой аудитории и целевых групп.

уметь:

У1 - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

У2 - анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж;

У3 - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте

знать:

З1 - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.

5.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения на базе основного общего образования (1г.10м./2 г.10м.)

Вид учебной работы	***Объем часов всего***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**100**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**70**
В том числе:	
теоретическое обучение	**24**
практические занятия	**46**
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**30**
В том числе:	
работа по темам	15
подготовка докладов по темам	15
Итоговые аттестации	**3/5 семестр ДФК**

5.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Поведение потребителей»
(очная форма обучения)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**
Тема 1**.** Потребитель и потребительское поведение **ОК 1, ПК 1.1**	**Содержание учебного материала**	**20**	2
	Занятия лекционного типа Определение понятий «потребление», «потребительское поведение». Поведение потребителя в процессе приобретения, потребления и избавления от товаров (ОК 01) Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Культура, этническая принадлежность и социальный класс. Влияние семьи и домохозяйства. Жизненный цикл семьи. (ОК 01, ПК 1.1)	4	
	Практические занятия (ОК 01) Влияние группы и влияние личности. Влияние референтной группы. Диффузия инноваций. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей	10	3
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	6	
Тема 2. Процесс принятия решения о покупке **ОК 1,2**	**Содержание учебного материала** **Занятия лекционного типа** Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке. Процесс принятия решения потребителем. Модель принятия решения потребителем. Переменные, формирующие процесс принятия решения. Факторы, влияющие на расширение решения проблемы.	**24** 6	2
	Практические занятия (ОК 1,2) Типовые процессы принятия решения о покупке для физ.лиц и юр.лиц (ОК 1,2)	10	3
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	8	
Тема 3. Маркетинговые	**Содержание учебного материала**	**56**	2

методы исследования поведения потребителя. **ОК 1,2, ПК 1.1, 1.4**	**Занятия лекционного типа** Исследования в маркетинге. Содержание и направления маркетинговых исследований. Виды и типы исследований. Количественные и качественные исследования поведения потребителей. Опросы, наблюдение, глубинное интервью, фокус-группа	14	
	Практические занятия (ОК 1,2 ПК 1.1, 1.4) Маркетинговая информация и источники ее получения. Маркетинговая информационная система (МИС) .Структура маркетинговой информационной системы. Основные направления. Методы оценки трудоемкости и стоимости проведения маркетингового исследования. Характеристики метода сбора данных Базы данных. Основные требования к использованию баз данных. Интернет, как источник маркетинговой информации Подходы к получению данных. Генеральная совокупность и выборка. Предплановый маркетинговый анализ. Сегментация рынка. Факторы сегментации. Целевой маркетинг. Стратегии выбора целевых сегментов.	26	3
	Самостоятельная работа студентов Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Подготовка практических и домашних заданий.	16	
ВСЕГО		**100**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1. – **ознакомительный или минимальный уровень** (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – **репродуктивный или базовый уровень** (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – **продуктивный или высокий уровень** (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

Занятия, проводимые в интерактивных формах

№ п/п	Тема занятия	Форма
1	Тема 1. Жизненный цикл семьи	Анализ ситуаций

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия
Стандартно оборудованный кабинет проектирования рекламного продукта
Видеопроектор с экраном,
Компьютер, телевизор.
Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 Pro;
Office Standart 2016

6.2 Информационное обеспечение обучения

Основная литература

1. Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий): учебное пособие: [16+] / И. В. Марусева, А. В. Кокарева; под общ. ред. И. В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 592 с.: ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3. – Текст: электронный.
2. Иванова, В. А. Исследования в маркетинге и рекламе: учебное пособие: [16+] / В. А. Иванова; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва: Дело, 2019. – 114 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612517. – Библиогр.: с. 75-76. – ISBN 978-5-85006-183-8. – Текст: электронный.
3. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 538 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499. – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

1. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 - 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356130
2. Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356056

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/ системы
Профессиональные базы данных		
1.	http://www.mgmt.ru	«Маркетинг. Менеджмент»
2.	http://www.grebennikov.ru/marketing.phtm#mmr	«Маркетинг и маркетинговые исследования»
3.	http://www.grebennikov.ru/servicemarketing.phtml	«Маркетинг услуг»
4.	http://www.advertologu.ru	Тематический портал по рекламе, маркетингу, PR
5.	http://www. marketing.rbc.ru	РосбизнесКонсалтинг.Исследования рынков по регионам РФ.
6.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
7.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
8.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины **«Поведение потребителей»** обеспечена оценочными материалами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценочные материалы включают в себя вопросы к экзамену, тестовые задания и практические задания по темам.

Промежуточная аттестация студентов очной формы обучения проводится по окончанию курса дисциплины в форме экзамена.

Текущий контроль результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий в форме тестирования, устного опроса, подготовки докладов, а также выполнения ситуационных задач.

Перечень вопросов к ДФК

1. Определение и взаимосвязь понятий «потребность», «потребление», «потребитель». Основные типы потребителей.
2. Исторические аспекты изучения потребительского поведения.
3. Объект и предмет дисциплины «Поведение потребителя».
4. Сегментирование потребительского рынка.
5. Новые товары и инновации.
6. Влияние культуры на поведение потребителей.
7. Влияние социализации на поведение потребителей.
8. Влияние семьи на поведение потребителей.
9. Влияние малых групп на поведение потребителей.
10. Влияние социального класса на поведение потребителей.
11. Внутренние факторы, характеризующие личность потребителя (теории личности, характер, темперамент, тип отношения к окружению, тип восприятия информации).
12. Внутренние факторы, характеризующие личность потребителя: память, самопонятие.

13. Мотивация как внутренний фактор поведения потребителей (содержательные и процессуальные теории мотивации).
14. Иррациональное потребительское поведение.
15. Процесс принятия решения о покупке.
16. Покупатели от имени организаций.
17. Аспекты потребления: тело и потребление, потребление одежды, потребитель и деньги.
18. Влияние рекламы на поведение потребителя.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по выполнению лекционных занятий

Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии.

Методические указания по выполнению практических занятий

Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Решение расчетных заданий, решение задач по алгоритму и др.

Методические указания по выполнению заданий для самостоятельной работы

Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление докладов по прочитанным литературным источникам и др.

Методические указания по выполнению докладов

Доклад: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы.

Доклад по теме - это изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной проблеме или вопросу.

Методические указания по подготовке к ДФК.

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На ней студенты отчитываются о выполнении учебной программы, об уровне и объеме полученных знаний. Это государственная отчетность студентов за период обучения, за изучение учебной дисциплины.

Залогом успешной сдачи экзамена являются систематические, добросовестные занятия студента. Однако это не исключает необходимости специальной работы перед сессией и в период сдачи ДФК. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии являются повторение, обобщение и систематизация всего материала.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций,

конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров, и др.

Консультации, которые проводятся для обучающихся в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, для восполнения пробелов и для разрешения всех возникших трудностей.

При подготовке к ДФК необходимо еще раз проверить себя на предмет усвоения основных категорий и ключевых понятий курса.

9. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между ситуационными факторами и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Ситуации</th><th colspan="2">Характеристики</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Присутствовали или отсутствовали другие люди в данной ситуации</td><td>1</td><td>Физическое окружение</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Материальное состояние потребительской ситуации</td><td>2</td><td>Социальное окружение</td></tr>
<tr><td>В</td><td>То, что человек должен достичь или воплотить в данной ситуации</td><td>3</td><td>Время</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Временные характеристики ситуации, связанные с моментом осуществления покупки</td><td>4</td><td>Цель потребителя</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
</table>

Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Какова последовательность этапов сегментации рынка и выбора целевых сегментов? **Этапы:** 1. Объединение в группы предлагаемых к продаже товаров; 2. Разделение потенциальных покупателей на сегменты; 3. Проведение маркетинговых мероприятий по освоению рынка; 4. Выбор целевых рынков; 5. Разработка товарно-рыночной матрицы и определение емкости рынка. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | | |
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Одной из переменных влияющих на выбор товаров домохозяйствами является способность к адаптации – это: **Варианты ответов:** 1. Умение потребителей подстраиваться под изменения в окружающей среде, предпочтения, технологии и других факторах, влияющих на их решения о покупке; 2. Возможности потребителей приобрести тот или иной товар; 3. Знания потребителей о товарах; 4. Умение потребителей взаимодействовать с продавцом.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Одной из форм персонального влияния на принятие решения о покупке является? **Варианты ответов:** 1. Влияние «некомпетентных» личностей; 2. Влияние референтных групп; 3. Влияние конкурентов; 4. Влияние поставщиков.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	К ролям, которые могут выполнять члены семьи при покупке товара относятся: Выберите все верные утверждения. (может быть несколько) **Варианты ответов:** 1. Инициатор; 2. Влияние; 3. Принимающий решение; 4. Потребитель.

(из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)		
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какую основную информацию должен содержать отчёт о маркетинговых исследованиях? Выберите все верные ответы (может быть несколько). **Варианты ответов:** 1. Основные данные; 2. Предмет исследования; 3. Описание сбора данных; 4. Представление результатов исследования; 5. Информацию о размерах прибыли компании.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятия «осознание потребности».

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

Знать: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

Уметь: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между группами факторов, влияющих на процесс принятия решения о покупке и их составляющими.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Группа факторов</th><th colspan="2">Составляющие группы факторов</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Факторы культурного порядка</td><td>1</td><td>Референтная группа, семья, статус, пол</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Социальные факторы</td><td>2</td><td>Возраст, этап жизни, профессия, экономическое положение</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Личностные факторы</td><td>3</td><td>Мотивация, восприятие, усвоение, отношение, убеждение</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Психологические факторы</td><td>4</td><td>Культура, субкультура, социальный класс</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
</table>

Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Установите последовательность этапов процесса принятия решения потребителем. **Этапы:** 1. Поиск информации; 2. Осознание потребности; 3. Покупка; 4. Предпокупочная оценка вариантов; 5. Послепокупочная оценка вариантов; 6. Потребление; 7. Овобождение. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | | | | |
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Особенности потребления российского потребителя связаны в том числе с влиянием следующих культурных факторов: **Варианты ответов:** 1. Склонность к накоплению и экономии; 2. Ориентация на цену; 3. Влияние инфляции; 4. Кредитная доступность.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	К критериям для потребителя, выбирающего магазин для повседневных покупок и находящегося на этапе оценки различных вариантов, относятся: **Варианты ответов:** 1. Влияние конкурентов; 2. Расположение магазина; 3 Маркетинговая деятельность фирмы; 4. Полезность товара.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных факторов относятся к психологическим факторам, влияющим на поведение потребителей при принятии решения о покупке? Выберите все правильные варианты и обоснуйте свой выбор **Варианты ответов:** 1. Мотивация и потребности; 2. Социальный класс; 3. Восприятие и обработка информации; 4. Убеждения и отношения.

(Знать)		
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных утверждений соответствуют основным принципам изучения поведения потребителей? Выберите все правильные варианты и обоснуйте свой выбор. **Варианты ответов:** 1. Поведение потребителей может быть изучено только через наблюдение; 2. Потребитель независим, его поведение целенаправленно и соответствует его запросам; 3. Поведение потребителей поддается полному манипулированию со стороны маркетологов; 4. Поведение потребителей, как правило, логично и социально законно
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Дайте определение понятию «референтные группы».

ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы.
Знать: способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; аудиторию различных средств рекламы; формы и методов работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
Уметь: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; анализировать каналы коммуникации в соответствии с характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории; использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
Практический опыт: выявления основных и второстепенных конкурентов; проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между методами исследования и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Методы исследования</th><th colspan="2">Характеристики</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Опросы потребителей</td><td>1</td><td>Сбор количественных данных через анкетирование</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Наблюдение за поведением</td><td>2</td><td>Изучение естественного поведения без вмешательства</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Фокус-группы</td><td>3</td><td>Групповая дискуссия под руководством модератора</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Анализ социальных сетей</td><td>4</td><td>Анализ пользовательского контента и взаимодействий</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th><th>Г</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между методами работы с аудиторией и их характеристиками.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th>Методы работы с аудиторией</th><th>Характеристики</th></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td>
<table>
<tr><td>А</td><td>Фокус-группа</td><td>1</td><td>Индивидуальные беседы с респондентами в неформальной обстановке</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Глубинные интервью</td><td>2</td><td>Групповая дискуссия под руководством модератора с целью получения развернутых ответов</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Наблюдение за поведением</td><td>3</td><td>Непрямые методы исследования, позволяющие выявить скрытые мотивы и предпочтения</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Проективные методики</td><td>4</td><td>Изучение поведения потребителей в естественной среде без прямого вмешательства</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность этапов проведения маркетингового исследования поведения потребителей.
Этапы:
1. Анализ полученных данных и формирование выводов;
2. Определение целей и задач исследования;
3. Разработка методологии исследования;
4. Сбор первичных данных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность действий при проведении качественного исследования целевой аудитории.
Этапы:
1. Разработка программы исследования и выбор методов работы с аудиторией;
2. Подготовка и проведение исследования с использованием выбранных методов;
3. Определение целевой аудитории и каналов коммуникации с ней;
4. Анализ полученных данных и формирование выводов.</td></tr>
</table>

		Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Установите правильную последовательность этапов проведения конкурентного анализа? **Этапы:** 1. Оценка конкурентных преимуществ и слабых сторон; 2. Определение целевых сегментов и конкурентов; 3. Сбор и систематизация информации о конкурентах; 4. Формулировка выводов и разработка рекомендаций. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Определите, какой метод исследования лучше всего подойдет для изучения мотивации потребителей при выборе премиальных товаров? **Варианты ответов:** 1. Опросы с закрытыми вопросами 2. Глубинные интервью 3. Наблюдение за поведением 4. Анализ социальных сетей
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой фактор является определяющим при формировании лояльности потребителей? **Варианты ответов:** 1. Цена товара; 2. Качество обслуживания; 3. Эмоциональная привязанность; 4. Частота покупок.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие	Определите, какой фактор влияет на повышение качества исследования потребительского поведения в реальном времени? **Варианты ответов:** 1. Размер выборки респондентов; 2. Квалификация модератора;

обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	выбор ответа	3. Материальное стимулирование участников; 4. Техническое оснащение.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой термин описывает процесс, при котором потребитель проходит через определенные стадии от осознания потребности до принятия решения о покупке? **Варианты ответов:** 1. Потребительская лояльность 2. Процесс принятия решения о покупке 3. Потребительское поведение 4. Маркетинговая коммуникация
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Укажите все приемы управления аудиторией при проведении исследования: Выберите все верные утверждения. (может быть несколько) **Варианты ответов:** 1. Создание доверительной атмосферы; 2. Использование формального стиля общения; 3. Применение техник модерации; 4. Контроль времени обсуждения.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Укажите все факторы, влияющие на конкурентоспособность компании? Выберите все верные ответы (может быть несколько). **Варианты ответов:** 1. Уникальное торговое предложение; 2. Качество обслуживания; 3. Размер уставного капитала; 4. Маркетинговые активности.
Задание комбинированного типа с выбором	Прочитайте текст, выберите правильные	Выберите все правильные определения понятия “целевой маркетинг” **Варианты ответов:**

нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	1. Маркетинг, направленный на удовлетворение потребностей всех потребителей; 2. Маркетинг, ориентированный на конкретные группы потребителей; 3. Маркетинг, учитывающий индивидуальные потребности каждого клиента; 4. Маркетинг, основанный на сегментации рынка.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Выберите все правильные определения понятия “модерация”. **Варианты ответов:** 1. Процесс управления групповой дискуссией; 2. Метод количественного исследования; 3. Техника проведения качественных исследований; 4. Способ обработки полученных данных.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите основные методы анализа целевой аудитории.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите основные приемы управления аудиторией при проведении качественных исследований.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Знать: принципы выбора каналов коммуникации; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.

Уметь: преобразовывать требования заказчика в бриф.

Практический опыт: определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; планирования системы маркетинговых коммуникаций; разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.

<table>
<tr><th>Тип задания</th><th>Инструкция</th><th>Пример задания</th></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между целевой аудиторией и оптимальным каналом коммуникации.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Целевая аудитория</th><th colspan="2">Каналы коммуникации</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Молодёжь 16–25 лет</td><td>1</td><td>Телевидение, печатные СМИ, личное общение и телефонные звонки</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Пожилые люди 60+</td><td>2</td><td>Социальные сети и мессенджеры</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Бизнес-аудитория</td><td>3</td><td>Деловая пресса, профессиональные платформы, Email-рассылки и корпоративный сайт</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><th>А</th><th>Б</th><th>В</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие</td><td>Установите соответствие между типом потребительского поведения и оптимальной стратегией коммуникации.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца
<table>
<tr><th colspan="2">Тип поведения потребителя</th><th colspan="2">Стратегия коммуникации</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Импульсивный покупатель</td><td>1</td><td>Акцент на преимуществах и выгодах, детальные</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td></td><td>
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>описания характеристик</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Рациональный потребитель</td><td>2</td><td>Персонализированные предложения, программы лояльности, регулярные контакты</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Лояльный клиент</td><td>3</td><td>Демонстрация доверия, отзывы, гарантии качества, экспертность</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Скептик</td><td>4</td><td>Яркие визуальные решения, эмоциональные триггеры, специальные предложения</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>5</td><td>Быстрое обслуживание, минимум информации, простота выбора</td></tr>
</table>
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:
<table>
<tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Д</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность этапов разработки коммуникационной стратегии.
Этапы:
1. Определение целевой аудитории и её характеристик;
2. Выбор каналов коммуникации и инструментов продвижения;
3. Разработка ключевых сообщений и креативной концепции;
4. Оценка эффективности коммуникационной стратегии.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:
<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)</td><td>Прочитайте текст и установите последо-вательность</td><td>Установите правильную последовательность этапов преобразования требований заказчика в маркетинговый бриф.
Этапы:
1. Анализ и систематизация полученной от заказчика информации;
2. Проведение встречи с заказчиком для уточнения требований;
3. Составление черновика брифа и согласование его с заказчиком;
4. Формирование окончательного варианта брифа.</td></tr>
</table>

		Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание закрытого типа на установление последовательности (Практический опыт)	Прочитайте текст и установите последо-вательность	Установите правильную последовательность этапов определения целей и задач рекламной кампании. **Этапы:** 1. Разработка конкретных задач для достижения поставленных целей; 2. Анализ текущей рыночной ситуации и позиции бренда; 3. Формулировка основных целей рекламной кампании; 4. Оценка имеющихся ресурсов и ограничений. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: | | | | |
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания планирует запуск нового продукта на рынок. Какой канал коммуникации будет наиболее эффективным для первичной информированности целевой аудитории, состоящей из людей 25–40 лет, с учётом их поведенческих особенностей? **Варианты ответов:** 1. Контекстная реклама в поисковых системах с таргетингом по интересам; 2. Наружная реклама в местах массового скопления людей; 3. Email-рассылки по базе существующих клиентов; 4. Реклама в печатных СМИ (газеты, журналы).
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	При работе над преобразованием требований заказчика в маркетинговый бриф, какой из представленных подходов обеспечит наиболее полное понимание потребностей клиента и успешное выполнение проекта? **Варианты ответов:** 1. Проведение серии интервью с представителями заказчика для выявления истинных целей и задач; 2. Анализ конкурентов и подготовка стандартного брифа на основе их опыта; 3. Заполнение готового шаблона брифа на основе первичной встречи с заказчиком; 4. Самостоятельное составление брифа с последующей отправкой заказчику на согласование.
Задание комбинированного	Прочитайте текст, выберите	Что является ключевым фактором, определяющим поведение потребителей при принятии решения о

типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	покупке? **Варианты ответов:** 1. Мотивация потребителя и его внутренние потребности; 2. Ценовая политика компании и скидки; 3. Рекламное воздействие и маркетинговые коммуникации; 4. Конкурентное окружение и рыночная ситуация.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой принцип сегментации рынка является наиболее эффективным для формирования целевой аудитории при запуске нового продукта? **Варианты ответов:** 1. Психографический принцип (образ жизни, ценности, личностные характеристики); 2. Географический принцип (место проживания, климатические условия); 3. Демографический принцип (возраст, пол, доход); 4. Поведенческий принцип (потребительские привычки, частота покупок).
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Практический опыт)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания получила задание от заказчика на разработку коммуникационной стратегии. Какие из перечисленных факторов необходимо учесть при планировании каналов коммуникации и творческих решений? Выберите все правильные варианты: (может быть несколько) **Варианты ответов:** 1. Особенности целевой аудитории и её медиапредпочтения; 2. Бюджетные ограничения заказчика и сроки реализации; 3. Корпоративная культура компании-заказчика; 4. Конкурентная среда и текущие рыночные тренды.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач,	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	При разработке рекламных носителей для нового продукта необходимо учесть пожелания заказчика. Какие из перечисленных факторов являются определяющими при выборе формата и содержания рекламных материалов? Выберите все правильные варианты. **Варианты ответов:** 1. Целевая аудитория и её предпочтения в восприятии информации; 2. Бюджет проекта и сроки реализации рекламной кампании;

сопоставления, последовательности) (Практический опыт)		3. Корпоративные цвета и фирменный стиль компании; 4. Сезонность и текущие рыночные тренды.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных факторов относятся к психологическим аспектам поведения потребителей? Выберите все правильные варианты и обоснуйте свой выбор **Варианты ответов:** 1. Мотивация и потребности потребителя; 2. Восприятие и обработка информации; 3. Социальный статус и референтные группы; 4. Личностные характеристики и жизненный стиль.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных принципов лежат в основе формирования потребительского поведения на современном рынке? Выберите все правильные варианты и обоснуйте свой выбор. **Варианты ответов:** 1. Принцип рациональности в принятии решений; 2. Принцип социального влияния и группового поведения; 3. Принцип импульсивности в совершении покупок; 4. Принцип экономической выгоды как единственного мотива.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Назовите 4 основных психологических фактора, влияющих на поведение потребителей при принятии решения о покупке.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Приведите определение термина «иррациональное поведение потребителей»

10. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		20.02.2024 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		20.02.2024 г.
3	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		20.02.2024 г.
4	Учебно-методический отдел	Н.С. Ульянова		20.02.2024 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		20.02.2024 г.