

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

Факультет коммерции и туристической индустрии
Кафедра экономики торговли и услуг

СОГЛАСОВАНО

Председатель методической
комиссии по специальности

«__» _____ 20__ г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
(ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС)
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»

для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»

Составители:

Валевич Р.П., кандидат экономических наук, профессор
Кармызов А.В., кандидат экономических наук

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета БГЭУ
_____ «__» _____ 20__ г., протокол N ____

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Учебно-программная документация	4
Учебная программа учебной дисциплины «Моделирование поведения потребителей»	5
Пояснительная записка	5
Содержание учебного материала	9
Требования к курсовой работе по модулю «Исследования на внутреннем и внешнем товарных рынках»	14
Учебно-методическая карта учебной дисциплины для студентов дневной формы получения высшего образования	18
Учебно-методическая карта учебной дисциплины для студентов заочной формы получения высшего образования с полным сроком обучения	20
Учебно-методическая карта учебной дисциплины для студентов заочной формы получения высшего образования (на базе ССО)	22
Информационно-методическая часть	24
Учебно-методическая документация	32
Краткий конспект лекций	33
Тема 1. Основы поведенческой экономики	33
Тема 2. Инструментарий моделирования при изучении поведения потребителей	40
Тема 3. Поведение потребителей и покупателей на розничных рынках	46
Тема 4. Права потребителей и их защита	53
Тема 5. Издержки потребления	64
Тема 6. Интересы государства как участника рыночных отношений и их реализация	71
Тема 7. Поведение потребителей и покупателей на оптовых рынках	76
Тема 8. Воздействие на покупательский выбор и лояльность потребителей	82
План практических и семинарских занятий для студентов дневной формы получения образования	87
План практических и семинарских занятий для студентов заочной формы получения образования с полным сроком обучения	104
План практических и семинарских занятий для студентов заочной формы получения образования с сокращенным сроком обучения	105
Тематика рефератов и индивидуальных заданий	107
Требования к исследовательским и научным работам студентов	108
Требования к курсовым работам по модулю «Исследования на внутреннем и внешнем товарных рынках»	111
Тематика курсовых работ по модулю «Исследования на внутреннем и внешнем товарных рынках»	114
Методические материалы для контроля знаний студентов	118
Примеры контрольных опросов и тестовых заданий	119
Вопросы для подготовки зачету	121
Вспомогательные материалы	124
Список рекомендованной литературы	125
Распределение вопросов по темам учебной дисциплины	127
Методика формирования отметки по учебной дисциплине	130

Введение

Учебная дисциплина «Моделирование поведения потребителей» является дисциплиной модуля «Исследования на внутреннем и внешнем товарных рынках» для лиц, получающих высшее образование по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» (профилизация – «Торговый бизнес и управление продажами»)

Преподавание учебной дисциплины «Моделирование поведения потребителей» первоначально целенаправленно ориентировано на формирование у обучающихся устойчивых специальных компетенций, которые могут быть применены ими при осуществлении аналитических действий и операций в процессах трудовой и профессиональной деятельности по приобретаемой в университете или смежным специальностям.

Материал учебно-методического комплекса помогает студентам освоить важные направления приобретения профессиональных компетенций: основы поведенческой экономики; современный инструментарий моделирования при изучении поведения потребителей; особенности поведения потребителей и покупателей на розничных и оптовых рынках; права потребителей и механизмы их защиты; учет и управление издержками потребления; особенности проявления и реализации интересов государства как участника рыночных отношений; способы эффективного воздействия на покупательский выбор и лояльность потребителей.

Понимание архитектуры покупательского выбора и потребительского поведения в современных условиях следует признать важной компетенцией, необходимой при исследовании рынков, разработке и совершенствовании товарной, ценовой и финансовой политик субъекта хозяйствования, разработке регуляторных мер и оценке их регулирующего воздействия, а также при обосновании иных управленческих решений.

Преподавание данной учебной дисциплины организуется на кафедре экономики торговли услуг Белорусского государственного экономического университета.

Учебно-методический комплекс состоит из последовательно раскрывающих механизм преподавания и усвоения данной дисциплины четырех разделов: учебно-программная документация; учебно-методическая документация; материалы для контроля знаний; вспомогательные материалы.

Объем учебно-методического комплекса – 132 страницы.