

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ
Кафедра Культуры мира и демократии

КУЛЬТУРА И ПСИХОЛОГИЯ ОН-ЛАЙН СООБЩЕСТВ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.01 Сервис

Код и наименование направления подготовки/специальности

Креативные индустрии

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Культура и психология он-лайн сообществ
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

К.и.н., ст.преподаватель А.А. Новикова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства
№ 8 от 15.02.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.1. Цель и задачи дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы **Ошибка! Закладка не определена.**
 2. Структура дисциплины..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 3. Содержание дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
 4. Образовательные технологии **Ошибка! Закладка не определена.**
 5. Оценка планируемых результатов обучения..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 5.1 Система оценивания **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**
 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.1 Список источников и литературы **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы **Ошибка! Закладка не определена.**
 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов **Ошибка! Закладка не определена.**
 9. Методические материалы **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 9.3 Иные материалы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины:

Цель дисциплины: подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания в области понимания культуры и психологии современных онлайн сообществ, владеющего навыками анализа моделей поведения людей в условиях анонимности, фанатских сообществ, а также психологии толпы.

Задачи дисциплины:

- изучить модели поведения человека в цифровой среде;
- определить факторы влияния на поведение сообществ при взаимодействии с разными акторами;
- овладеть методами исследования и управление поведением людей в онлайн сообществах;
- основы цифровой социальной психологии.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4 Применяет технологии сервиса в креативной экономике	ПК-4.1. Владеет навыками сервисного обеспечения мероприятий в индустриях креативной экономики	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - психологические основы потребительского поведения, свойственные современным онлайн-сообщества; - социальные основы взаимодействия онлайн сообществ с компаниями и организациями производства товаров и услуг в цифровом пространстве; - факторы влияния на поведение аудитории; - основные модели поведения онлайн сообществ; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять полученные знания в управлении сервисной деятельностью; - использовать полученные знания в формировании цифровой маркетинговой стратегии; - применять полученные знания в сервисной деятельности в креативных индустриях; <p>Владеть:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - методами оценки поведения онлайн сообществ; - методами анализа поведения онлайн сообществ; - методами совершенствования клиентских отношений путем управления психологией онлайн сообществ.
	<p>ПК-4.2 Осуществляет анализ качества сервисных процедур и из соответствия стратегическим и проектным задачам объекта креативных индустрий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Параметры определения целевой аудитории в онлайн сообществах; - Способы взаимодействия с онлайн-сообществами для получения квалифицированной обратной связи - Методы взаимодействия с онлайн сообществами для достижения стратегических и проектных целей предприятия креативных индустрий; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять качественные показатели взаимодействия с онлайн-сообществом; - Взаимодействовать с релевантным онлайн сообществом в рамках осуществления профессиональной деятельности; - Использовать психологические инструменты воспроизведения позитивного опыта для улучшения качества коммуникации в цифровом пространстве; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами взаимодействия с цифровыми онлайн-сообществами; - методами управления

		онлайн-сообществами; - инструментами психологического управления и стимулирования взаимодействия онлайн- сообществ с проектами и предприятиями креативных индустрий
--	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология онлайн-сообществ» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана по направлению 43.03.01. Сервис.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Основы толерантности», «Психология».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Социальные исследования в сфере сервиса», «Межкультурная коммуникация», «Коммуникативные технологии выстраивания и управления отношениями с заинтересованными сторонами», «Сервис креативного предпринимательства», Организационно-управленческая практика, Проектно-технологическая практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	18
5	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Психология онлайн-сообщества как область знания	Объект и предмет психологии потребления контента в онлайн-пространстве. Научные подходы к пониманию психологии члена онлайн-сообщества: экономический, маркетинговый, психологические подходы. Психология поведения потребителей как область знания в контексте онлайн-пространства. Понятие потребительского поведения онлайн-сообществ. Цели исследования потребителей. Исследования психологическими и социальными науками. Психология и социология потребления. Теоретико-методологические подходы к изучению онлайн поведения. Психоанализ, бихевиоризм, когнитивизм в понимании и исследовании поведения анонимных и публичных онлайн-сообществ. Модернизм и постмодернизм.
2	Тема 2. Психологические и социальные основы поведения современного онлайн-сообщества	Потребности членов онлайн-сообщества. Мотивация членов онлайн-сообщества. Исследование мотивации членов онлайн-сообщества. Психологические основы поведения членов онлайн-сообщества. Психология восприятия членов онлайн-сообщества. Образ бренда. Память. Ценности. Методы исследования ценностей в онлайн-сообществе. Социальные основы поведения человека в анонимном и неанонимном цифровом пространстве. Социальная структура общества и ее влияние на поведение членов онлайн-сообщества
3	Тема 3. Факторы влияния на культуру и субкультуру онлайн-сообщества	Психологические, социальные, экономические, культурные, этнические, политические и иные факторы влияния на формирование культур и субкультур в онлайн-сообществе. Проблема взаимосвязи личности и ее роль в онлайн-сообществе. Зависимость онлайн поведения от личностных характеристик пользователя и сообщества, в котором он находится.
4	Тема 4. Маркетинговые методы исследования поведения онлайн-сообществ. Потребительство.	Стратегия исследования онлайн-сообщества. Психологические методы исследования онлайн-сообщества. Основные направления психологического изучения онлайн-сообществ.
5	Тема 5. Мотивация в поведении онлайн-сообществ	Подходы к исследованию потребительской мотивации онлайн-сообществ. Теории мотивации. Классификации типов мотивации онлайн-сообществ
6	Тема 6. Процесс потребительского выбора и принятия решения в цифровом пространстве.	Осознание потребности. Поиск информации. Модели потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Покупка. Оценка альтернатив и выбор варианта решения. Модели выбора решения. Связь между осознанием потребности в процессе принятия решения о покупке и действиями маркетолога. Лояльность онлайн-сообществ. Способы удержания клиентов. Основные модели принятия решения потребителем. Психологический анализ покупательских решений. Анализ неудовлетворенного покупательского спроса. Реакции

		онлайн-сообществ, неудовлетворенного покупкой, удовлетворенного покупкой. Оценки этих реакция в процессе маркетинговой деятельности.
7	Тема 7. Управление поведением онлайн-сообществ	Управление спросом. Обучение онлайн-сообществ. - Экономические модели поведения онлайн-сообществ. Коммуникационные модели поведения онлайн-сообществ. Разработка эффективной маркетинговой стратегии управления покупательским спросом и поведением онлайн-сообществ. Взаимодействие продавца и клиента. Формирование и изменение установок потребителей, в т.ч. посредством рекламы. Виды психологического воздействия. Основные признаки манипулятивного воздействия рекламы. Механизмы психологического воздействия рекламы. Маркетинговое воздействие на онлайн-сообществ.

Для проведения занятий лекционного типа по дисциплине применяются такие образовательные технологии, как интерактивные лекции и проблемное обучение (демонстрация и анализ кейсов). Для проведения занятий семинарского типа используются групповые дискуссии, ролевые игры, имитационные игры-модели, креативные задания, аналитика кейсов.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

1 Оценка планируемых результатов обучения

1.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачет		40 баллов

Итого за семестр	100 баллов
-------------------------	------------

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

1.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Примерные вопросы контрольной работы:

1. Потребности членов онлайн-сообществ.
2. Мотивация членов онлайн-сообществ.
3. Исследование мотивации онлайн-сообществ.

4. Психологические основы поведения членов онлайн-сообществ.
5. Психология восприятия онлайн-сообществ. Образ бренда.
6. Социальные основы поведения онлайн-сообществ.
7. Психологические факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
8. Социальные факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
9. Экономические факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
10. Культурные, этнические, религиозные факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
11. Политические факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
12. Маркетинговая стратегия исследования онлайн-сообщества.

Примерные вопросы к экзамену:

1. Объект и предмет психологии потребления.
2. Научные подходы к пониманию онлайн-сообществ: экономический, маркетинговый, психологические подходы.
3. Психология поведения онлайн-сообществ как область знания. Понятие потребительского поведения.
4. Цели исследования онлайн-сообществ. Исследования психологическими и социальными науками.
5. Психология и социология онлайн-сообществ.
6. Теоретико-методологические подходы к изучению потребительского поведения онлайн-сообществ.
7. Потребности онлайн-сообществ.
8. Мотивация онлайн-сообществ.
9. Исследование мотивации онлайн-сообществ.
10. Психологические основы поведения онлайн-сообществ.
11. Психология восприятия онлайн-сообществ. Образ бренда.
12. Социальные основы поведения онлайн-сообществ.
13. Социальная структура общества и ее влияние на поведение онлайн-сообществ, на покупательскую способность их членов.
14. Психологические факторы влияния на поведение онлайн-сообщества.
15. Проблема взаимосвязи личности и потребительского поведения. Зависимость онлайн поведения от личностных характеристик.
16. Социальные факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
17. Экономические факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
18. Культурные, этнические, религиозные факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
19. Политические факторы влияния на поведение онлайн-сообществ.
20. Связь между осознанием потребности в процессе принятия решения о покупке и действиями маркетолога
21. Лояльность онлайн-сообществ. Способы удержания клиентов.
22. Основные модели принятия решения онлайн-сообществом. Психологический анализ покупательских решений.
23. Анализ неудовлетворенного покупательского спроса. Реакции онлайн-сообществ, неудовлетворенного покупкой. Оценки этих реакция в процессе маркетинговой деятельности.
24. Маркетинговая стратегия исследования онлайн-сообществ.
25. Психологические методы исследования онлайн-сообществ
26. Подходы к исследованию потребительской мотивации. Теории мотивации. Классификации типов мотивации онлайн-сообществ
27. Модели потребительского поведения
28. Процесс принятия решения о покупке.

29. Оценка альтернатив и выбор варианта решения. Модели выбора решения
30. Взаимодействие продавца и клиента. Формирование и изменение установок потребителей, в т.ч. посредством рекламы.
31. Основные признаки манипулятивного воздействия рекламы.
32. Механизмы психологического воздействия рекламы.
33. Маркетинговое воздействие на онлайн-сообщества.
34. Управление спросом онлайн-сообщества
35. Обучение онлайн-сообщества.
36. Экономические модели поведения онлайн-сообщества
37. Коммуникационные модели поведения онлайн-сообщества
38. Разработка эффективной маркетинговой стратегии управления покупательским спросом и поведением онлайн-сообществ.

Примеры креативных заданий

Не-эссе: Слушателям предлагается составить презентацию, иллюстрирующую межкультурные или коммуникационные конфликты, с которыми слушатель сталкивался в профессиональной деятельности. Подготовленный материал должен иметь логическую структуру (введение, основное положение, заключение). Способ презентации материала может иметь любой вид кроме письменного. Презентация материала должна проходить на английском языке.

Нобелевская премия: По итогам проведения семинарских занятий и дискуссий, слушатели должны «номинировать» одного из их числа для получения «премии». Для «номинации» слушатели составляют портрет «номинанта» на основе полученной во время занятий информации.

Составление сборника: Слушатели курса составляют антологию авторских материалов из домашних заданий по темам межкультурной коммуникации на английском языке.

2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

2.1 Список источников и литературы¹

Источники

1 **Всеобщая декларация прав человека" (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/, свободный**

2 **Всемирная конференция по правам человека. Венская декларация и программа действий (Принята в Вене в июне 1993 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/viendec93.shtml, свободный.**

¹ Рекомендуется включать в списки издания из ЭБС и не более 15 печатных изданий.

3 Декларация о ликвидации всех форм нетерпимости и дискриминации на основе религии или убеждений (Принята Генеральной Ассамблеей ООН 25 ноября 1981 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/relintol.shtml, свободный.

4 Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/, свободный.

5 Всеобщая декларация прав человека 1948 г. // СПС "КонсультантПлюс"

6 Федеральный закон от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // СПС КонсультантПлюс

7 Федеральный закон от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» // СПС КонсультантПлюс

8 Федеральный закон от 03.07.2016 г. № 236-ФЗ «О публично-правовых компаниях в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс

Литература

9. Гойхман, О. Я. Система тренингов по речевой коммуникации в общей структуре подготовки специалистов по связям с общественностью, туризму и сервису / О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова // Связи с общественностью в деловой сфере: коммуникативные, социальные, политические аспекты. - Калининград : Аксиос, 2009. - С. 11 - 15. - ISBN 978-5-91726-002-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365073>

10. Гончарова, Л. М. Лингвокультурологическая составляющая туристской рекламы (в аспекте обучения речеведческим дисциплинам будущих специалистов по сервису и туризму) / Л. М. Гончарова // Русская речь в современном вузе : сборник материалов пятой международной научно-практической интернет-конференции / Орловский Гос.Тех. Ун-т, Моск. Гос. Пед. Ун-т. - Орел : ОрелГТУ, 2009. - С. 171 - 174. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/364680>

11. Гончарова, Л. М. Рекламная коммуникация в сфере туризма / Л. М. Гончарова // Цивилизация знаний: проблемы модернизации России. - Москва : РосНОУ, 2010. - С. 277 - 280. - ISSN 1998-4588. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365335>

12. Гончарова, Л. М. Туристская реклама: стратегия позитива / Л. М. Гончарова // Вестник Российского нового университета : сборник научных трудов. Вып. №3 / под ред. Т. М. Регент. - Москва : РосНОУ, 2007. - С. 111 - 115. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/365319>

13. Леонидова, Е. Г. Стратегический ресурс развития региона : монография / Е. Г. Леонидова ; под ред. Т. В. Усковой. - Вологда : ФГБУН ВолНЦ РАН, 2020. - 141 с. - ISBN 978-5-93299-456-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1246783>

14. Ушаков, Р. Н. Маркетинговая деятельность как фактор достижения конкурентных преимуществ на рынке гостиничных услуг (на примере города Москвы):

Диссертация / Ушаков Р.Н. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 177 с.ISBN 978-5-16-104889-4 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/872564>

15. Формирование институциональной модели технического регулирования сферы услуг как инструмента политики импортозамещения: необходимость и возможность / В.Я. Белобрагин, П.И. Бурак, Е.В. Сотникова ; под рук. Т.И. Зворыкиной. - Москва : Научный консультант, 2016. - 52 с. - ISBN 978-5-9909478-0-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1023663>

16. Шоул, Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Шоул Д., Евстигнеева И., - 8-е изд., доп. и перераб - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 342 с. ISBN 978-5-9614-5692-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/610283>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

www.politnauka.ru – «Политология в России и в мире»

www.academim.org – сайт Академии имиджологии. www.imageofrussia.info – Имидж России. Мониторинг информационного пространства.

www.4vlasti.ru – Общенациональный научно-политический журнал «Власть».

www.mediascope.ru – Электронный журнал «Медиаскоп».

International Political Science Association. – URL: <http://ipsa.org/>

Political Studies Association, Great Britain. – URL: <http://www.psa.ac.uk>.

The American Political Science Association. – URL: <http://apsanet.org>.

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

КонсультантПлюс

Гарант

Web of Science

Scopus

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

При проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office, Adobe Acrobat , Abbyy Fine Reader, Антивирус Kaspersky, Microsoft Windows XP, MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark, Microsoft Academic Alliance), Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная, Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. Психология онлайн-сообществ как область знания

Вопросы для обсуждения:

1. Объект и предмет психологии потребления.
2. Научные подходы к пониманию онлайн-сообществ: экономический, маркетинговый, психологические подходы.
3. Понятие потребительского поведения.
4. Теоретико-методологические подходы к изучению потребительского поведения.

Тема 2. Психологические и социальные основы поведения онлайн-сообществ

Вопросы для обсуждения:

1. Потребности потребителей. Мотивация онлайн-сообществ.
2. Исследование мотивации онлайн-сообществ.
3. Психологические основы поведения онлайн-сообществ.

4. Социальные основы поведения онлайн-сообществ. Социальная структура общества и ее влияние на поведение потребителей, на покупательскую способность.

Тема 3. Факторы влияния на поведение онлайн-сообществ

Вопросы для обсуждения:

1. Психологические, социальные, экономические, культурные, этнические, политические и иные факторы влияния на поведение потребителей.
2. Проблема взаимосвязи личности и потребительского поведения.
3. Зависимость потребительского поведения от личностных характеристик.

Тема 4. Маркетинговые методы исследования поведения онлайн-сообществ

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегия исследования онлайн-сообществ.
2. Психологические методы исследования онлайн-сообществ.
3. Основные направления психологического изучения потребителей.

Тема 5. Мотивация в поведении онлайн-сообществ

Вопросы для обсуждения:

1. Подходы к исследованию потребительской мотивации.
2. Теории мотивации.
3. Классификации типов мотивации потребителей.

Тема 6. Процесс потребительского выбора и принятия решения.

Вопросы для обсуждения:

1. Осознание потребности. Поиск информации.
2. Модели потребительского поведения.
3. Процесс принятия решения о покупке. Покупка.
4. Связь между осознанием потребности в процессе принятия решения о покупке и действиями маркетолога.

Тема 7. Управление поведением онлайн-сообществ

Вопросы для обсуждения:

1. Управление спросом. Обучение онлайн-сообществ.
2. Экономические модели поведения онлайн-сообществ.
3. Коммуникационные модели поведения онлайн-сообществ.
4. Разработка эффективной маркетинговой стратегии управления покупательским спросом и поведением онлайн-сообществ.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к написанию доклада

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых

источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста: – актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников:
 - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
 - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению:
 - правильное оформление ссылок на используемую литературу;
 - грамотность и культура изложения;
 - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
 - соблюдение требований к объему доклада;
 - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность:
 - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
 - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
 - литературный стиль.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
 - обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
 - автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
 - обучающийся анализирует материал;
 - контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
 - обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
 - контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
 - автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.
- Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с

указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных самостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Культура и психология он-лайн сообществ» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана по направлению 43.03.01. Сервис.

Цель дисциплины: подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания в области понимания культуры и психологии современных онлайн сообществ, владеющего навыками анализа моделей поведения людей в условиях анонимности, фанатских сообществ, а также психологии толпы.

Задачи дисциплины:

- изучить модели поведения человека в цифровой среде;
- определить факторы влияния на поведение сообществ при взаимодействии с разными акторами;
- овладеть методами исследования и управление поведением людей в онлайн сообществах;
- основы цифровой социальной психологии.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Знать:

- психологические основы потребительского поведения, свойственные современным онлайн-сообщества;
- социальные основы взаимодействия онлайн сообществ с компаниями и организациями производства товаров и услуг в цифровом пространстве;
- факторы влияния на поведение аудитории;
- основные модели поведения онлайн сообществ;

Уметь:

- применять полученные знания в управлении сервисной деятельностью;
- использовать полученные знания в формировании цифровой маркетинговой стратегии;
- применять полученные знания в сервисной деятельности в креативных индустриях;

Владеть:

- методами оценки поведения онлайн сообществ;
- методами анализа поведения онлайн сообществ;
- методами совершенствования клиентских отношений путем управления психологией онлайн сообществ.

Знать:

- Параметры определения целевой аудитории в онлайн сообществах;
- Способы взаимодействия с онлайн-сообществами для получения квалифицированной обратной связи
- Методы взаимодействия с онлайн сообществами для достижения стратегических и проектных целей предприятия креативных индустрий;

Уметь:

- Определять качественные показатели взаимодействия с онлайн-сообществом;
- Взаимодействовать с релевантным онлайн сообществом в рамках осуществления профессиональной деятельности;
- Использовать психологические инструменты воспроизведения позитивного опыта для улучшения качества коммуникации в цифровом пространстве;

Владеть:

- методами взаимодействия с цифровыми онлайн-сообществами;
- методами управления онлайн-сообществами;
- инструментами психологического управления и стимулирования взаимодействия онлайн-сообществ с проектами и предприятиями креативных индустрий

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.