

## ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

заявки на создание онлайн-курса «Поведение потребителей»  
(авторы Горин А. А., м.н.с. Института когнитивных нейронаук, [agorin@hse.ru](mailto:agorin@hse.ru)  
Косоногов В. В., кандидат психол. наук, [ykosonogov@hse.ru](mailto:ykosonogov@hse.ru)  
Паниди К. А., Ph.D in Economics, [kpanidi@hse.ru](mailto:kpanidi@hse.ru)  
Папушина Ю. О., кандидат социол. наук, [yupapushina@hse.ru](mailto:yupapushina@hse.ru)  
Шестакова А. Н., Ph.D in Neuroscience, [a.shestakova@hse.ru](mailto:a.shestakova@hse.ru))

### Заключение по результатам содержательной экспертизы заявки:

Критерий	Характеристика заявки
1. Соответствие содержания онлайн-курса современным требованиям и тенденциям преподавания научной области, к которой относится онлайн-курс	1.1. частично соответствует (при текущей версии названия и ориентации);
2. Наличие у авторов онлайн-курса необходимых компетенций	2.1. частично соответствует (при текущей версии названия и ориентации);
3. Соответствие содержания онлайн-курса планируемым результатам обучения	3.1. частично соответствует (при текущей версии названия и ориентации);

**РЕШЕНИЕ:** *рекомендовать доработать* заявку на создание онлайн-курса «Поведение потребителей» в направлении преобразования курса из общего, охватывающего всю проблематику поведения потребителей, в специализированный, посвященный использованию методов и инструментов нейронаук для изучения поведения потребителей, с внесением соответствующих изменений в такие разделы программы как «Цели освоения дисциплины», «Место дисциплины в структуре образовательной программы», «Тематический план онлайн курса», «Базовый учебник».

### РЕКОМЕНДАЦИИ И КОММЕНТАРИИ:

Курс «Поведение потребителя» входит в состав основных курсов по дисциплинарной специализации «Маркетинг». Цели и задачи этого курса прежде всего направлены на выделение основных типажей (моделей) потребительского поведения, инструментов их выделения и методов управления (воздействия на потребительское поведение). Этого нет в предложенной программе. Поэтому сначала надо определиться, к какой категории курсов относится предложенный курс. Скорее всего это специальный курс, поэтому название его должно быть изменено. Кроме того, должно быть указано, знания какого основного курса (скорее всего, это и есть курс «Поведение потребителя»), которые предложенный курс развивает и дополняет.

Авторам желательно более четко сформулировать цели и задачи предложенного курса. В последнем варианте программы формулировки достаточно общие, не дают представления о специфике тех знаний, которыми авторы собираются поделиться со слушателями курса. Помимо акцента на специфику передаваемых знаний в программе необходимо отразить и переход от этих знаний к тем управленческим задачам, которые они позволяют решать.

Что касается основной учебной литературы, рекомендуемой в программе, она вызывает много вопросов. В частности, А.Остервальдер специализируется на бизнес-моделях, но не на поведении потребителя. Предложенный список базовых учебников еще раз подчеркивает тот факт, что авторы не до конца определились какими знаниями и с какой целью собираются поделиться со слушателями.

Представляется, что авторы не вполне учитывают, насколько для успеха онлайн курса важно педагогическое (и актерское) мастерство лектора. На основе просмотра представленных видеофрагментов создается впечатление, что не все спикеры курса указанным мастерством обладают. В то же время такие курсы должны записываться людьми, блестяще владеющими искусством преподавания, поскольку эти курсы призваны не только информировать слушателей, но и мотивировать их к дальнейшему изучению предмета.

Председатель  
Профессиональной коллегии по  
менеджменту и бизнес-информатике



Н.Б. Филинов