1. **Контрольная работа.** На экзамен студент приходит с результатами самостоятельной работы – контрольной работой (КР). КР должна отвечать обычным требованиям, предъявляемым к таким работам. Она должна иметь титульный лист, оглавление (план), введение, основную часть, заключение и список литературы. В основном тексте автор делает ссылки на используемую литературу. Объем контрольной работы — до 15 с. (шрифт 14).

Ниже приводятся рекомендуемые темы КР с перечислением источников, позволяющих их раскрыть. Многие из приведенных книг многократно переиздавались, поэтому вы можете пользоваться не только перечисленными здесь изданиями.

**ТЕМЫ**

1. Валюта и потребление товаров
2. Воздействие рекламы на поведение потребителя
3. Выбор здоровой пищи
4. Выявление потребностей клиента
5. Демонстративное (показное) потребление
6. Жизнь в долг
7. Защита потребителя в сфере жилищно-коммунальных услуг
8. Индивидуальные особенности человека – основа запросов и потребностей человека
9. Информационные потребности и информационный сервис
10. Как защитить себя от плохих покупок
11. Как правильно сделать покупку
12. Как сохранить (увеличить) свои доходы
13. Кто такой потребитель?
14. Культура обслуживания потребителя
15. Методы сбора информации о человеке, нуждающемся в услугах
16. Наши доходы и расходы
17. Общение работника сферы сервиса и клиента
18. Основные правила путешественника
19. Особенности потребительского поведения
20. Поведение клиента – способы его распознавания
21. Поведение специалиста сервисной организации
22. Подходы к классификации потребностей человека
23. Потребитель в магазине
24. Потребности в автосервисе. Вербальные способы определения потребностей клиентов
25. Потребность как предмет удовлетворения нужды
26. Потребность как предмет удовлетворения социальных нужд
27. Права и обязанности потребителей
28. Права потребителя на компенсацию
29. Правильное оформление заказа на услугу
30. Промоушн (продвижение) товаров и услуг как вид коммуникации
31. Работа с возражениями клиента
32. Реклама и ее влияние на потребителей
33. Роль мотивации в поведении человека
34. Судебная защита потребителей
35. Теории поведения клиентов
36. Техники установления, поддержания и выхода из контакта при обслуживании клиента
37. Трудовая деятельность человека как средство удовлетворения его потребностей
38. Этика поведения потребителя

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Барулин В.С.Социальная философия. М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. Гл. IX.
2. Блэкуэлл Д., Миниард П., Энджел Дж.Поведение потребителей. Изд. 9-е. - СПб.: Питер, 2002.
3. Блюменау Д. И.Информация и информационный сервис. Л.: Наука, 1989.
4. Васильев Г. А.Поведение потребителей: учеб. пособие. М.: Вузовский учебник, 2004.
5. Дубинин Н.П.Что такое человек. М.: Мысль, 1983.
6. Маслоу А.Маслоу о менеджменте. СПб.: Питер, 2003.
7. Маслоу А.Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2003.
8. Михайлов Н. Н.Социализм и разумные потребности личности.- М.: Политиздат, 1982.
9. Мясникова Л. А., Рид М. И.Постмодерн коммерции (трансформация коммерции в современном обществе). - СПб.: «Бизнес-пресса», 2001.
10. Обуховский К.Галактика потребностей. Психология влечений человека. СПб.: Изд-во «Речь», 2003.
11. Орлов В.В.Человек, мир, мировоззрение. М.: Молодая гвардия, 1985
12. Орлов С. В.Человек и его потребности. СПб.: Питер, 2006.
13. Самсин А. И.Социально-философские проблемы исследования потребностей. М.: Высш. шк., 1987.
14. Сервисная деятельность / под ред. В. К. Романович; ГУАП. - СПб., 2002.
15. Сигел Д.Шагни в будущее. Стратегия в эпоху электронного бизнеса. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2001.
16. Фромм Э.Душа человека. Искусство любить // Душа человека. М.: ООО «Изд-во АСТ»: ООО «Транзиткнига», 2004.
17. Фромм Э.Иметь или Быть? // *Э. Фромм.* Психоанализ и религия. Искусство любить. Иметь или Быть? Киев: Ника-Центр, 1998.
18. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р.Управление и организация в сфере услуг.- СПб.: Питер, 2002.
19. Шиповская Л.П. Человек и его потребности: Учебное пособие. – М.: Альфа-М, 2008.
20. <http://www.pseudology.org/NovyeRubeji/Gob104.htm>