

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Поведение потребителей»**

по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Стратегическое планирование и маркетинг»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса “Поведение потребителей” - формирование основ знаний у студентов, получающих квалификацию (степень) «бакалавр» по направлению «Менеджмент», современной теории поведения потребителей и первоначальных навыков ее практического использования.

Задачи дисциплины:

2. ознакомить студентов с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами к модели поведения потребителя;
3. рассмотреть этапы процесса принятия потребителем решения о покупке;
4. охарактеризовать особенности послепокупочных реакций потребителя;
5. выявить современные направления развития коньюмеристского движения;
6. ознакомить студентов с технологиями разработки маркетинговых мероприятий, основанных на знании содержания модели поведения, как индивидуализированного, так и организационного потребителя.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

«Поведение потребителей» является дисциплиной по выбору Учебного плана подготовки по направлению 08.03.02 Менеджмент по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг» и имеет код Б1.В.ДВ.05.01.

Дисциплина «Поведение потребителей» изучается в одном семестре с дисциплинами (практиками): Маркетинг, Психология маркетинга.

Дисциплина «Поведение потребителей» предшествует изучению дисциплин (практик) и дальнейшему формированию соответствующих компетенций: Мировая экономика и международные экономические отношения, Современные проблемы менеджмента, Рекламное дело, Прямые коммуникации, Цифровой маркетинг, Валютный рынок и валютные операции, Инвестиционный анализ, Маркетинговые исследования, Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующей профессиональной компетенции:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-4 способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической	ИД-1пк4 Знать: теоретико-методические основы поведения потребителей для диагностики потребительского спроса, анализа структуры рынков и конкурентной среды отрасли, выявления рыночных и специфических рисков в деятельности организации, оценивания воздействия макроэкономической среды на

<p>среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления при реализации маркетинговых программ фирмы; ИД-2пк4 Уметь: изучать и анализировать поведение потребителей при помощи маркетинговых технологий для разработки управленческих решений; определять структуру рынков и анализировать конкурентную среду отрасли для разработки и реализации маркетинговой стратегии организации; ИД-3пк4 Владеть: навыками оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления при разработке и реализации маркетинговых мероприятий, направленных на повышение лояльности целевых потребителей; анализа поведения потребителей экономических благ, изучения потребительского спроса, определения структур рынков и конкурентной среды отрасли для обеспечения конкурентоспособности организации.</p>
---	--

4. Общая трудоёмкость дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы (72 ак. часа).

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия с использованием активных форм с применением мультимедийных лекционных материалов, деловых и ролевых игр, и др.

При организации самостоятельной работы студентов применяются следующие образовательные технологии: ответы студентов на устные вопросы по теме, дискуссии, деловые и ролевые игры, подготовка и обсуждение докладов с их презентацией, коллоквиум, письменный опрос по теме и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: доклад, коллоквиум, письменный опрос. По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности - зачётно-экзаменационная ведомость. Промежуточная аттестация по дисциплине «Поведение потребителей» проводится в форме зачета в 3 семестре.