

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

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: изучение теоретических и основ современных концепций, моделей поведения потребителей и процесса принятия ими решений.

Задачи освоения дисциплины:

- Получение систематизированного представления о современных исследованиях в области анализа поведения потребителей
- Изучение факторов, влияющих на поведение потребителей и выявление закономерностей и индивидуальных особенностей в потребительском поведении;
- Изучение основных направления и методов исследования поведения потребителей

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Изучается в 7-8 семестрах очной формы и в 8-9 - заочной.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины Теория и практика массовой информации, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях Управление общественным мнением Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью)

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения параллельно или предшествовать производственной практике, ГИА.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знать: основные понятия теории поведения потребителей, ключевые закономерности и модели потребительского поведения. Уметь: решать социальные и профессиональные задачи в сфере маркетинга исходя из культурного разнообразия общества Владеть: навыками исследования особенностей потребительского поведения представителей различных социальных групп
ПК6 Способен применять исследовательские инструменты при проведении	Знать: методы анализа социальных, экономических и психологических факторов работы с потребителем;

маркетинговых и профессиональной деятельности	<p>Уметь: применять методы исследования потребительского поведения в соответствии с целью и задачами исследования</p> <p>Владеть навыками практического применения полученных знаний для анализа данных российского потребительского рынка.</p>
ПК5 Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>Знать: модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология);</p> <p>Уметь: выделять основные факторы потребительского поведения</p> <p>Владеть: навыками анализа тенденций и факторов социально-экономических, культурных процессов на основе анализа потребителей.</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков изучения потребителей,
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов; эссе
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях
- подготовка к зачету и экзамену и пр.

4. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, разбора ситуаций).

Промежуточный контроль осуществляется путем подготовки докладов, презентаций, выполнение домашних заданий и написание эссе.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета и устного экзамена.