

**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 обучающихся по программе бакалавриата 38.03.02 Менеджмент, современной теории поведения потребителей и первоначальных навыков ее практического использования.

Задачи дисциплины:

- ❖ ознакомить обучающихся с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами к модели поведения потребителя;
- ❖ рассмотреть этапы процесса принятия потребителем решения о покупке;
- ❖ охарактеризовать особенности послеполученных реакций потребителя;
- ❖ выявить современные направления развития консьюмеристского движения;
- ❖ 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

«Поведение потребителей» является дисциплиной по выбору части Учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по программе бакалавриата 08.03.02 Менеджмент и имеет код Б1.В.ДВ.05.01.

Дисциплина «Поведение потребителей» изучается в одном семестре с дисциплинами (практиками): Психология управления, Деловое общение, Деловая этика, Психология маркетинга, Связи с общественностью, Организационная культура.

Дисциплина «Поведение потребителей» предшествует изучению дисциплин (практик) и дальнейшему формированию соответствующих компетенций: Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

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-6 владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде	ИД-1пкб Знать основы поведения потребителей для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде ИД-2пкб Уметь применять технологии теории поведения потребителей для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде ИД-3пкб Владеть навыками применения технологий поведения потребителей для разрешения конфликтных ситуаций при проектировании

	межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе межкультурной среде
--	---

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 5 семестре.