

**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

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 Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы маркетинга Введение в медиаисследования и медиаизмерения Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Планирование ПР-кампаний Технологии имиджмейкинга Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях Социальные институты и процессы, учебная практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения параллельно или предшествовать дисциплинам: Технологии производства рекламного продукта Планирование рекламных кампаний Поведение потребителей Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа Основы интегрированных коммуникаций Культурные и креативные индустрии Консалтинг в рекламе и связях с общественностью 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
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: Сферы реализации потребительского поведения Уметь: решать социальные и профессиональные задачи в сфере маркетинга исходя из культурного разнообразия общества Владеть: навыками исследования факторов, влияющих на поведение потребителей и выявление
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	Знать: основные понятия теории поведения потребителей, ключевые закономерности и модели потребительского поведения. Уметь: уметь использовать основные понятия

деятельности	и концепции социологии и психологии в изучении потребления Владеть: навыками исследования особенностей потребительского поведения представителей различных социальных групп
ПК6 Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и профессиональной деятельности	Знать: методы анализа социальных, экономических и психологических факторов работы с потребителем; Уметь: применять методы исследования потребительского поведения в соответствии с целью и задачами исследования Владеть навыками практического применения полученных знаний для анализа данных российского потребительского рынка.
ПК5 Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология); Уметь: выделять основные факторы потребительского поведения Владеть: навыками анализа тенденций и факторов социально-экономических, культурных процессов на основе анализа потребителей.

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.