

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программы дисциплины**  
**Б1.В.05 «Поведение потребителей»**

**Объем трудоёмкости: 2 зачётные единицы**

**Целью дисциплины** является формирование у студентов компетенции понимания теоретических и практических знаний по исследованию различных моделей потребительского поведения. Обучить студентов творчески применять принципы и методы работы с потребителями.

**Задачи дисциплины:**

1. Формирование знаний, позволяющих создать целостное представление о современных концепциях, методах, и подходах управления поведения потребителей на рынке товаров и услуг.
2. Научить анализировать: поведение потребителей на разных стадиях принятия решений о покупке товаров; внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей, оценивать возможности их использования в практике.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана.

Дисциплина «Поведение потребителей» предусматривает использование знаний, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: «Основы бизнеса», «Цифровая экономика», «Менеджмент».

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Поведение потребителей», используются в ходе изучения курсов «Бизнес-планирование», «Бизнес модели на цифровых рынках», «Интернет-маркетинг».

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора достижения компетенции                           | Результаты обучения по дисциплине  |
|--|--|
| <b>ПК-3 Способен обосновывать решения в профессиональной деятельности</b>      |  |
| ИПК-3.3 Понимает и может анализировать и прогнозировать поведение потребителей | <b>Знать</b> базовые понятия, теории и факторы, влияющие на поведения потребителей.<br><b>Знать</b> современные подходы анализа и прогнозирования поведения потребителей     |
|  | <b>Уметь</b> выявлять факторы, влияющие на поведение потребителей на рынках;<br><b>Уметь</b> прогнозировать ожидаемое поведение потребителей и обосновывать принятое решение |
|  | <b>Владеть</b> методами анализа и прогноза поведения потребителей<br><b>Владеть</b> навыками оценки поведения потребителей и обосновывать принятые решения                   |

**Содержание дисциплины:**

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (*очная форма обучения*)

| № п/п | Наименование раздела дисциплины                                 | Всего       | Количество часов  |           |    |                        |
|-------|---|-------------|-------------------|-----------|----|------------------------|
|       |   |             | Аудиторная работа |           |    | Самостоятельная работа |
|       |   |             | Л                 | ПЗ        | ЛР | СРС                    |
| 1.    | Основы дисциплины «Поведение потребителей»                      | 6           | 2                 | 1         | -  | 3                      |
| 2.    | Теории потребительского поведения и удовлетворение потребностей | 6           | 2                 | 1         | -  | 3                      |
| 3.    | Факторы, влияющие на потребительское поведение                  | 7           | 2                 | 2         | -  | 3                      |
| 4.    | Потребительское поведение различных групп                       | 8           | 2                 | 2         | -  | 4                      |
| 5.    | Классификация потребителей по стилю жизни                       | 8           | 2                 | 2         | -  | 4                      |
| 6.    | Иррациональное потребительское поведение                        | 8           | 2                 | 2         | -  | 4                      |
| 7.    | Методы изучения поведения потребителей                          | 8           | 2                 | 2         | -  | 4                      |
| 8.    | Прогнозирование поведения потребителей                          | 8           | 2                 | 2         | -  | 4                      |
| 9.    | Консюмеризм: от теории к практики                               | 8,8         | 2                 | 2         | -  | 4,8                    |
|       | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>                             | <b>67,8</b> | <b>18</b>         | <b>16</b> | -  | <b>33,8</b>            |

| №<br>п/п | Наименование раздела дисциплины       |           | Количество часов |   |   |   |
|----------|---------------------------------------|-----------|------------------|---|---|---|
|          |                                       |           |                  |   |   |   |
|          | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4         | -                | - | - | - |
|          | Промежуточная аттестация (ИКР)        | 0,2       | -                | - | - | - |
|          | Подготовка к текущему контролю        | -         | -                | - | - | - |
|          | Общая трудоемкость по дисциплине      | <b>72</b> | -                | - | - | - |

**Курсовая работа:** *не предусмотрена*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачёт*

Автор: канд. экон. наук., доцент О.А. Пак