

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02 ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы.

Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – научить студентов анализировать экономические, социальные и культурные основы поведения потребителей.

Задачи дисциплины

- сформировать у студентов систему теоретических и методологических знаний по основам поведения потребителей;
- сформировать систему навыков по исследованию поведения потребителей.

Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение дисциплины «Поведение потребителей» базируется на изучении дисциплин «Психология», «Основы предпринимательской деятельности гостиничных предприятий и предприятий общественного питания» и «Методы научных исследований в гостинично-ресторанном деле». Данная дисциплина является предшествующей дисциплинам «Маркетинг в гостинично-ресторанной деятельности», «Связи с общественностью и медиа-планирование в гостинично-ресторанной деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Поведение потребителей»


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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3	Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонами в системе функционирования организации сферы гостеприимства и/или общественного питания
ИПК-3.1	Формирует адаптированный продукт соответственно потребностям рынка и запросам потребителей организации сферы гостеприимства и/или общественного питания
	Знает: - методику и технику исследования поведения потребителей; - виды поведения потребителей; - специфические закономерности функционирования потребительского спроса. Умеет: - применять понятийно-категориальный аппарат социологии и маркетинга в проведении исследований; - формировать программу исследования; - проводить самостоятельно исследования поведения потребителей. Владеет: - технологиями научного анализа поведения потребителей; - навыками описания социально-экономических групп потребителей; - навыками разработки анкет и других исследовательских документов; - владеть методикой статистического анализа информации о проблемах поведения потребителей.

Содержание дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 2 курсе ОФО

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	СРС
1	Культура как фактор потребительского поведения	12	2	4	6
2	Социальные группы потребителей	12	2	4	6
3	Типы поведения потребителя	14	2	4	6
4	Референтные группы	14	2	4	6
5	Глобализация и фрагментация потребления	14	2	4	7
6	Мода и потребление одежды	14	2	4	8
7	Показное потребление	14	2	4	8
8	Цена как фактор потребительского поведения	13,8	2	4	7,8
<i>Итого по дисциплине:</i>		107,8	16	32	54,8
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2			
Подготовка к текущему контролю		9,8			
Общая трудоемкость по дисциплине		108			

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.Автор РПД канд. социол. наук, доцент _____ Д.В. Жаворонков

подпись