

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

**Направление подготовки** 43.03.03 Гостиничное дело  
**Объем трудоемкости:** 2 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	9	2	4	3
2	Социальные группы потребителей	9	2	4	3
3	Типы поведения потребителя	9	2	4	3
4	Референтные группы	9	2	4	3
5	Глобализация и фрагментация потребления	9	2	4	3
6	Мода и потребление одежды	9	2	4	3
7	Показное потребление	8	2	4	2
8	Цена как фактор потребительского поведения	7,8	2	4	1,8
<i>Итого по дисциплине:</i>		<b>69,8</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>21,8</b>
Контроль самостоятельной работы (КСР)		<b>2</b>			
Промежуточная аттестация (ИКР)		<b>0,2</b>			
Общая трудоемкость по дисциплине		<b>72</b>			

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет.Автор РПД канд. социол. наук, доцент \_\_\_\_\_ Д.В. Жаворонков  
  
подпись