

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Поведение потребителей»

Цель изучения дисциплины	Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся знаний, позволяющих лучше понимать потребителей, их нужды и потребности, проводить более эффективную маркетинговую политику на целевом рынке.
Место дисциплины в учебном плане	И является составной частью профессиональной подготовки исследователей по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Формируемые компетенции	ОПК-2; ПК-9
Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциям и выпускников)	<p>В результате освоения компетенции ОПК-2 обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы принятия организационно-управленческих решений; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью находить организационно-управленческие решения. <p>В результате освоения компетенции ПК-9 обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы предмета Поведение потребителей: его основные положения и категории: взаимосвязи между субъектами маркетинга на потребительском рынке и рынке предприятий; – факторы внешнего влияния на поведение потребителей; – внутренние факторы поведения потребителей; – модели поведения потребителей; процесс принятия решения о покупке; – организационное покупательское поведение; – консюмеризм. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, грамотно их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски; – методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; – сбора, обработки и анализа маркетинговой информации.
Содержание дисциплины	<p>Поведение потребителей и маркетинг</p> <p>Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</p> <p>Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей</p> <p>Процесс принятия решения потребителями</p> <p>Организационное поведение потребителей</p>
Виды учебной работы	<p>В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) вести конспектирование учебного материала; 2) обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; 3) задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций; 4) желательно оставить в рабочих конспектах - поля, на которых во внеучебное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, пополняющие материал прослушанной лекции, а также выделить важную информацию.

	<p>На практических занятиях, в зависимости от темы занятия, выполняется поиск информации по решению соответствующих содержанию дисциплины проблем, выработка индивидуальных или групповых решений, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в дискуссиях, разбор и описание конкретных ситуаций.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в виде изучения литературных источников и публикаций, подготовки докладов (сообщений), работы с лекционным материалом, самостоятельного изучения отдельных тем дисциплины.</p> <p>Подготовка к контрольным мероприятиям требует от обучающегося не только повторения пройденного материала при контактной работе, но поиска и анализа материала, выданного на самостоятельное изучение.</p> <p>Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в процессе изучения дисциплины, проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра в ходе повседневной учебной работы, обеспечивая оценивание хода освоения дисциплины. В частности, текущий контроль успеваемости проводится с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, оценки формирования у них умений и навыков. Данный вид контроля стимулирует у обучающихся стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины.</p> <p>Текущий контроль успеваемости осуществляются на практических занятиях, а также в ходе индивидуальных консультаций с преподавателем.</p> <p>Промежуточная аттестация обучающихся позволяет определить степень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине и проводится в форме зачета. Данная форма контроля включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.</p>
Используемые информационные, инструментальные и программные средства	<p>Лицензионное программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ»</p> <p>Лицензионное программное обеспечение «Система КонсультантПлюс»;</p> <p>Лицензионное программное обеспечение Microsoft (Windows XP, Windows Server 2003, Windows XP Professional x64 Edition, Windows Vista, Windows Server 2008, Windows 7, Windows Server 2012, Windows 8, Windows 8.1, Windows 10, Microsoft Office 2010, Microsoft Office 2013, Microsoft Office 365) Свободно распространяемое программное обеспечение Adobe Acrobat Reader DC Свободно распространяемое программное обеспечение 7-Zip</p>
Формы текущего контроля успеваемости	<p>Формами текущего контроля самостоятельной работы обучающихся, степени овладения теоретическим материалом и уровнем сформированных навыков и умений, являются контрольные работы.</p>
Формы промежуточной аттестации	<p>Зачет</p>