

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Поведение потребителей»

Дисциплина «Поведение потребителей» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цели: Формирование у студентов комплексного представления о целях, методах и инструментах анализа потребительского поведения для проектирования маркетинговых решений
Задачи: • формирование у студентов знаний о целях и задачах изучения потребителей, современных методах и инструментах сбора и обработки информации о факторах потребительского поведения; • формирование умения разрабатывать проекты маркетинговых решений с учетом специфики разных типов потребителей; подготавливать комплексный план проведения анализа потребительского поведения; применять цифровые технологии; • формирование навыков систематизации и обобщения информации о факторах влияния на потребителя и процессах принятия ими покупательских решений в целях выбора и разработки инструментов комплекса маркетинга..

Изучаемые объекты дисциплины

- потребитель на рынке B2B и B2C, - процесс принятия решения о покупке потребителями, - внешние, внутренние и ситуационные факторы влияния на поведение потребителей.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	14	14	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Тема 2. Внешние факторы поведения потребителей	4	0	8	15
Внешние факторы - география, демография, экономика, культура, жизненный цикл семьи, социальный класс и социальный статус, референтные группы и лидеры мнений				
Тема 1. Введение в дисциплину. Роль потребителя в маркетинге	2	0	8	15
Маркетинг. Потребитель. Типы потребителей. Профиль, типаж потребителя. Сегментирование и позиционирование				
Тема 5. Этапы процесса принятия решения о покупке	2	0	6	15
Подходы к этапам принятия решения о покупке в зависимости от типа товаров, подходы разных авторов; построение пути клиента				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей	2	0	6	15
Внутренние факторы влияния на потребителя: мотивация, восприятие, эмоции, ценности, тип личности, ресурсы потребителя, обучение потребителя				
Тема 6. Особенности поведения потребителей на рынке B2B. Тренды потребительского поведения	2	0	4	15
Потребитель на B2B и B2G - рынках, особенности промышленных покупателей. Тренд. Источники информации о трендах				
Тема 4. Ситуационные факторы потребительского поведения	2	0	4	15
Ситуационные факторы: физическое окружение, социальное окружение, временные факторы, цели поведения, предшествующее состояние				
ИТОГО по 3-му семестру	14	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	90