АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.17 «ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ*»*

Направление подготовки – 38.03.02«Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль – "Маркетинг в цифровой среде"

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование теоретических знаний в сфере изучения основ поведения потребителей, основных поведенческих факторов, определяющих это поведение, усвоение практических методов проведения маркетинговых исследований в этой области и выработка умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

ознакомление студентов с основами поведения потребителей, основными поведенческими факторами, оказывающими влияние на принятие решения о покупке;

формирование у обучающихся умений выявлять факторы, определяющие потребительский спрос, находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;

приобретение практических навыков по применению перечисленных знаний при разработке маркетинговой стратегии.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | Индикатор компетенции |
| ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-6.1.2. Знает основы потребительского поведения |
| ПК-6.1.4. Знает основные поведенческие факторы |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | ПК-1.2.5. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ |
| ПК-1.2.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа |
| ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-9.2.1. Умеет обосновывать свою точку зрения |

**4. Содержание и структура дисциплины**

**Модуль 1**

1. Концептуальное и практическое значение изучения поведения потребителей.

2.Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей.

3.Индивидуальные различия.

**Модуль 2**

4.Процессы, протекающие в сознании потребителей.

5.Процесс принятия решений потребителями.

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 9 зачетных единиц (324 час.), в том числе:

лекции – 52 час.

практические занятия – 88 час.

самостоятельная работа – 144 час.

Форма контроля знаний - экзамен, зачет

В том числе

Модуль 1

лекции – 40 час.

практические занятия – 44 час.

самостоятельная работа – 108 час

Модуль 2

лекции – 12 час.

практические занятия – 44 час.

самостоятельная работа – 36 час