

«ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ» Б1.В.ОД.10

Дисциплина «Поведение потребителей в современной экономике» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль «Аналитический маркетинг», квалификации магистр, входит вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Поведение потребителей в современной экономике» состоит в изучении теоретических основ и современных концепций моделей поведения потребителей.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение практики исследования и анализа поведения потребителей в экономически развитых странах;
- анализ специфики поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений в России;
- изучение и анализ комплекса факторов, влияющих на поведение потребителей;
- изучение основных методов исследования поведения потребителей;
- приобретение навыков разработки методологии и методики исследования поведения потребителей, решения конкретных маркетинговых задач.

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры

Дисциплина «Поведение потребителей в современной экономике» относится к вариативной части магистерской программы по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Поведение потребителей в современной экономике» базируется на дисциплинах базовой и вариативной частей «Маркетинг-менеджмент», «Профессиональный семинар (актуальные проблемы маркетинга)».

Освоение дисциплины «Поведение потребителей в современной экономике» необходимо для изучения следующих дисциплин: «Маркетинговый анализ и аудит», «Современный стратегический анализ», «Электронная коммерция в информационной экономике».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Поведение потребителей в современной экономике», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Аналитический маркетинг».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

в) профессиональные компетенции:

ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

ПК-6 - способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

знать:

- практики исследования и анализа поведения потребителей
- методы исследования поведения потребителей.

уметь:

- проводить анализ поведения потребителей
- проводить анализ специфики поведения потребителей в России.

владеть:

- навыками разработки методологии и методики исследования поведения потребителей
- навыками решения конкретных маркетинговых задач.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.