

## **«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 «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в 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 «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».

#### **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 «Современные маркетинговые коммуникации».

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

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

**ПК-6** - способностью 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.