

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Поведение потребителей
(по учебному плану 2020г.)**

по основной профессиональной образовательной программе по направлению
подготовки (специальности):

Менеджмент

Направленность (профиль) *Менеджмент организации*

Объём дисциплины: *2 з.е. (72 час.)*

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9)

Содержание дисциплины:

Поведение потребителей и маркетинг.

Глобальные рынки; кросс-культурные вариации в поведении потребителей

Социальная стратификация; социальный статус.

Группы и групповые коммуникации.

Домохозяйство и семья.

Обучение, память и позиционирование продукта.

Мотивация, личность и эмоции.

Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Персональные ценности

Ситуационные факторы в принятии покупательских решений

Процесс потребительских решений

Осознание потребности и информационный поиск

Оценка и выбор альтернатив

Покупка.

Процессы после покупки

Организационное поведение

Разработал:

к.э.н., и.о. зав.

кафедрой ЭиУ



Д.В. Ремизов

Согласовал:

И.о. декана ТФ

А.В. Сорокин