

**Аннотация дисциплины «Поведение потребителей»  
Направление подготовки «Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»**

Цель дисциплины «Поведение потребителей» научить студентов исследовать поведение потребителей, оценивать его влияние на деятельность предприятия.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	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)
2	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК – 12)

Трудоёмкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления подготовки «Менеджмент» профиль «Маркетинг»

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, часов, всего,	62	12	
в том числе:			
1.1. Лекции	14	4	
1.2. Лабораторные работы			
1.3. Практические (семинарские) занятия	12	8	
2. Самостоятельная работа, часов, всего	46	60	
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	72	72	
Форма промежуточной аттестации*	Э	Э	
Общая трудоёмкость, зачетных единиц	2	2	

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Перечень изучаемых тем (основных):

Тема №1 «Поведение и исследования потребителей».

Тема №2: «Процесс принятия решений потребителями».

Тема №3: «Предпокупочные процессы: осознание потребности и оценка вариантов».

Тема №4: «Покупка».