

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**



Поведение потребителей

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за Кафедра экономики
кафедрой

Учебный план 38.03.06 Торговое дело Профиль "Коммерция"

Квалификация Бакалавр

Форма обучения очная, очно-заочная, заочная

Программу составил(и): к.э.н, доцент Рашидов Олег Ибрагимович

Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Недель	14 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	28	28	28	28
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	42,3	42,3	42,3	42,3
Контактная работа	42,3	42,3	42,3	42,3
Сам. работа	65,7	65,7	65,7	65,7
Итого	108	108	108	108

Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Недель	16 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	12,3	12,3	12,3	12,3
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	12,3
Сам. работа	91,7	91,7	91,7	91,7
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма

Курс	3		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Контактная работа на аттестацию	0,3	0,3	0,3	0,3
Итого ауд.	12,3	12,3	12,3	12,3
Контактная работа	12,3	12,3	12,3	12,3
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	3,7	3,7	3,7	3,7
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель: приобретение знаний и умений в области мотивации потребительского поведения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

- 2.1.1 Бизнес-планирование
- 2.1.2 Исследование операций в сфере услуг
- 2.1.3 Организация, технология и проектирование предприятий торговли
- 2.1.4 Основы управления организацией торговли
- 2.1.5 Управление товарным ассортиментом
- 2.1.6 Правовое регулирование профессиональной деятельности
- 2.1.7 Экономический анализ
- 2.1.8 Маркетинг
- 2.1.9 Основы предпринимательства
- 2.1.10 Экономика организаций
- 2.1.11 Экономическая теория

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

- 2.2.1 Международная торговля
- 2.2.2 Методы стимулирования продаж
- 2.2.3 Организация торговой деятельности
- 2.2.4 Рынки потребительских товаров
- 2.2.5 Экономическое управление бизнесом
- 2.2.6 Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарного рынка
- 2.2.7 Маркетинговые исследования
- 2.2.8 Маркетинговые коммуникации
- 2.2.9 Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам
- 2.2.10 Товарная политика
- 2.2.11 Управление ценовой политикой
- 2.2.12 Торгово-технологическая практика
- 2.2.13 Преддипломная практика
- 2.2.14 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-10.3: Способен использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач

Знать: основные приемы и технологии экономических наук.

Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук.

Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач.

ПК-4.1: Способен проводить анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом тенденций развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности

торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе	
Знать: сущность конъюнктуры рынка.	
Уметь: анализировать конъюнктуру рынка в т.ч. с учетом тенденций развития электронной торговли.	
Владеть: способностью оценивать эффективность ведения хозяйственной деятельности торговой организации.	
ПК-5.2: Анализирует факторы ценообразования и формирует цены на товары, работы и услуги	
Знать: факторы ценообразования	
Уметь: анализировать факторы ценообразования	
Владеть: рациональными способами прогнозирования цен	
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен	
3.1	Знать:
3.1.1	- экономические мотивы поведения потребителей;
3.1.2	- содержание этапов процесса принятия решения о покупке;
3.1.3	- внешние и внутренние факторы влияния на поведение потребителей;
3.1.4	- основы деловых переговоров и коммуникации с потребителями.
3.2	Уметь:
3.2.1	- правильно определять факторы влияния для выделенного типа потребителя;
3.2.2	- сегментировать рынок по социально-демографическим параметрам потребителей;
3.2.3	- применять на практике полученные теоретические знания об особенностях организационного покупательского поведения;
3.2.4	- применять методы деловых переговоров в работе с потребителями.
3.3	Владеть:
3.3.1	- навыками анализа поведения потребителей;
3.3.2	- навыками выявления потребностей клиентов, ведения переговоров;
3.3.3	- навыками заключения сделок при работе с потребителями.