|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента | | | |
| Дисциплина | | Поведение потребителей | |
| Направление подготовки | | 38.03.02 Менеджмент | |
| Профиль | | Креативное управление в клиентоориентированных организациях | |
| Объем дисциплины | | 5 з.е | |
| Формы промежуточной аттестации | | Зачет | |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | |
| Тема | Наименование темы | | |
| Тема 1. | Поведение потребителей и маркетинг | | |
| Тема 2. | Инструменты маркетингового анализа внешних факторов, оказывающих влияние на поведение потребителей | | |
| Тема 3. | Специфика маркетинговых исследований внутренних факторов поведения потребителей | | |
| Тема 4. | Ситуационные факторы в принятии покупательских решений | | |
| Тема 5. | Маркетинговый инструментарий на разных этапах процесса потребительских решений | | |
| Тема 6. | Организационное покупательское поведение | | |
| Тема 7. | Консьюмеризм, этика и социальная политика | | |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** | | | |
| 1. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика [Электронный ресурс]:Учебное пособие для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2019. - 408 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/425233 | | | |
| 2. Изакова Н. Б., Журавлева А. Ю. Маркетинговые исследования с применением SPSS [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2013. - 133 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p480354.pdf | | | |
| 3. Байбардина Т. Н., Титкова Л. М. Поведение потребителя. Практикум:пособие для студентов вузов специальности "Маркетинг". - Минск: Новое знание, 2002. - 122 | | | |
| 4. Меликян О. М. Поведение потребителей:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Экономика". - Москва: Дашков и К°, 2018. - 279 | | | |
| **Дополнительная литература:** | | | |
| 1. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2019. - 342 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/425844 | | | |
| 2. Романов А.А., Басенко В.П. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 438 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093246 | | | |
|  |  |  |  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине** | | | |

|  |
| --- |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
| Аннотацию подготовил: Попова О.И. |