|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра креативного управления и гуманитарных наук  |  |  |
| Дисциплина  | Психология потребительского поведения  |  |  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент  |  |  |
| Профиль  | Креативное управление в клиентоориентированных организациях  |  |  |
| Объем дисциплины  | 5 з.е  |  |  |
| Формы промежуточной аттестации  | Зачет, Контрольная работа |  |  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**   |
|  |  |  |
|  |
| Тема | Наименование темы |  |
| Тема 1. | Поведение потребителей как новая область знаний. Основные направленияпсихологического изучения потребителей. (УК-3) (УК-5) |  |
| Тема 2. | Этапы принятия решения потребителем. Лояльность потребителя. Способыудержания клиентов (УК-3) |  |
| Тема 3. | Психологические приемы работы в команде, конструктивного общения с коллегами,руководством, организации совместной деятельности в составе рабочих групп дляповышения лояльности потребителей. (ПК-3) |  |
| Тема 4. | Импульсивное и компульсивное потребление Ониомания. Психологический анализпокупательских решений (ПК-3) |  |
| Тема 5. | Субъект-объектные» отношения в потребительском поведении. Психологическиефакторы материализма (ПК-3) |  |
| Тема 6. | Социально-психологические свойства потребительских предпочтений. Возрастнаядинамика потребительских предпочтений (ПК-3) |  |
| Тема 7. | Проблема взаимосвязи личности и потребительского поведения (УК-5) (УК-3) |  |
| Тема 8. | Оказание методических и консультационных услуг работникам других структурныхподразделений организации по вопросам психологии организации постпродажногообслуживания и сервиса групп для повышения лояльности потребителей (ПК-3) |  |
| Тема 9. | Исследования индивидуально-психологических особенностей эстетическихпредпочтений, инновативности. Теория экономического человека, теория предельнойполезности (ПК-3) |  |
| Тема 10. | Установки и убеждения потребителей. Психологические механизмы рекламноговоздействия. (ПК-3) |  |
| Тема 11. | Виды психологического воздействия. Механизмы психологического воздействиярекламы (ПК-3) |  |
| Тема 12. | Психологические процессы, влияющие на потребителя – особенности восприятияпродукта, категоризация, память и поиск информации. Понятие маркетинговогокомплекса и продвижения (товар, услуга, личность) (ПК-3) |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
|  1. Федюнина Е.Н. Теория потребительского поведения [Электронный ресурс]:Учебноепособие. - Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский государственный аграрный университет, 2018. -128 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1007915 |
|

|  |
| --- |
|  2. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва:Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1093455 |
|  3. Антонова Н.В., Патоша О.И. Психология потребительского поведения, рекламы и PR[Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М",2022. - 325 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1842510 |
|  4. Бражников М. А. Сервисология [Электронный ресурс]:Учебное пособие для вузов. -Москва: Юрайт, 2022. - 144 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/497410 |
|  |
| **Дополнительная литература:** |
|  1. Драганчук Л.С. Поведение потребителей [Электронный ресурс]:Учебное пособие. -Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 192 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/949261 |
|
|  2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Электронныйресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "КУРС", 2020. - 392 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1054208 |
|  3. Антипов К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 326 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1093170 |
|  4. Белорусский государственный университет Управление продажами [Электронныйресурс]:Учебно-методическая литература. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков иК", 2018. - 492 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1092999 |
|  5. Ракитская О.Н., Лобанова Е.С. Психология общения и ведения переговоров [Электронныйресурс]:Учебное пособие. - Вологда: федеральное казенное образовательное учреждение высшегообразования «Вологодский институт права и экономики Федеральной службы исполнениянаказаний», 2019. - 192 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1230057 |
|  |
| **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.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
|  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-****телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023    |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
|  |
| Аннотацию подготовил: Матвеева А.И.  |

.