Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 09.08.2024 10:56:27
Уникальный программный ключ:
d73783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

Аннотации дисциплин

Наименование дисциплины	**Исследование потребительского поведения**
Краткое содержание	Поведение потребителей в современной концепции маркетинга. Потребители и рынок. Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей. Факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение. Факторы ситуационного влияния и характеристика процесса принятия решения о покупке. Поведение потребителя после покупки. Сущность и факторы покупательского поведения организации. Маркетинговое поведение продавца коммерсанта как решающее условие эффективного рыночного взаимодействия.
Результаты освоения дисциплины	Владеть теоретическими основами, современные концепции, модели поведения потребителей; комплексом факторов, влияющих на поведение потребителей; основными методы исследования поведения потребителей. Навыки проведения исследования и анализ специфики поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений в России. Владеть навыками разработки методологии и методики исследования поведения потребителей, решения конкретных маркетинговых задач.
Трудоемкость, з.е.	6
Формы отчетности	Экзамен
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Учебное пособие. / И.А. Дубровин, 2022. – 310 с. Режим доступа: Режим доступа: http://znanium.com 2. Меликян, О.М. Поведение потребителей. Учебник / О.М. Меликян. – М.: ДДашков и К, 2023. – 278 с. Режим доступа: Режим доступа: http://znanium.com
	1. Цифровая трансформация экономики России: траектория развития :[16+] / Н.Г. Кузнецов, Т.В. Панасенкова, О.В. Губарь, Н.И. Чернышева ; ред. Н.Г. Кузнецов, Н.Г. Вовченко ; Министерство образования и науки РФ, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростовна-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 319 с.: схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567638 – ISBN 978-5-79722588-1. – Текст: электронный. 2. Марусева, И.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : [16+] / И.В. Марусева, А.В. Кокарева ; под общ. ред. И.В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 591 с.: ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3. – Текст: электронный. 3. Наумов, В.Н. Поведение потребителей. Учебник / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФА-М, 2020. – 345 с. Режим доступа: Режим доступа: http://znanium.com