

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 30.05.2023 16:09:25

Уникальный идентификатор:
46f7031a70469585f4e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Подписания: 30.05.2023 10:07:29 альный пр... 031a70469f58ffdb4e91f81e17726331d25a8		Поведение потребителей	
Наименование дисциплины			
Краткое содержание		Поведение потребителей и маркетинг. Глобальные рынки: кросс-культурные вариации в поведении потребителей. Социальная стратификация. Семья и домохозяйство. Группы и групповые коммуникации. Влияние информации. Обучение потребителей. Память и позиционирование продукта. Мотивация, личность и эмоции. Знание и отношение. Жизненный стиль потребителей. Процесс потребительских решений. Осознание потребности и информационный поиск. Покупка и процессы после покупки. Деловое покупательское поведение.	
Результаты освоения дисциплины		- используя знания особенностей анализа информации для обеспечения маркетинговых задач в управленческих решениях, способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий. - понимая содержание, структуру и специфику поведения потребителей как функциональной области организации, способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос на основе знания экономических основ поведения организаций.	
Трудоемкость, з.е.		4	
Формы отчетности		Зачет с оценкой Контрольная работа	
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины			
Основная литература		1. Кормина, О. И. Моделирование поведения потребителей Электронный ресурс / Кормина О. И. : электронное учебное пособие. - Тольятти : ТГУ, 2018. - 181 с. - ISBN 978-5-8259-1201-1, экземпляров неограничено 2. Семилетова, Я. И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства РФ ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 81 с. : схем., ил. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн, экземпляров неограничено	
Дополнительная литература		1. Агаларова, Е. Г. Исследование поведения потребителей Электронный ресурс / Агаларова Е. Г., Антонова И. Ю., Косинова Е. А. : учебник. - Ставрополь : СтГАУ, 2018. - 136 с., экземпляров неограничено 2. Горайнова, Н. М. Поведение потребителей Электронный ресурс : Учебное пособие / Н. М. Горайнова. - Поведение потребителей, 2029-02-19. - Челябинск : Южно-Уральский институт управления и экономики, 2017. - 272 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9908505-9-0, экземпляров неограничено 3. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 312 с. : табл., схем. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01475-8, экземпляров неограничено 4. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с. : ил. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр.: с. 237-239. - ISBN 978-5-394-01043-9, экземпляров неограничено	