|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |  |  |
| Дисциплина  | Поведение потребителей  |  |  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент  |  |  |
| Профиль  | Интернет-маркетинг  |  |  |
| Объем дисциплины  | 4 з.е  |  |  |
| Формы промежуточной аттестации  | Зачет с оценкой |  |  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**   |
|  |  |  |
|  |
| Тема | Наименование темы |  |
| Тема 1. | Поведение потребителей и маркетинг (ПК-2) |  |
| Тема 2. |  Инструменты маркетингового анализа внешних факторов, оказывающих влияние наповедение потребителей (ПК-2) |  |
| Тема 3. | Специфика маркетинговых исследований внутренних факторов поведенияпотребителей (ПК-2) |  |
| Тема 4. | Ситуационные факторы в принятии покупательских решений (ПК-5) |  |
| Тема 5. | Маркетинговый инструментарий на разных этапах процесса потребительскихрешений (ПК-5) |  |
| Тема 6. | Организационное покупательское поведение (ПК-5) |  |
| Тема 7. | Консьюмеризм, этика и социальная политика (ПК-5) |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
|  1. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика [Электронный ресурс]:Учебное пособие длябакалавров. - Москва: Юрайт, 2019. - 408 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/425233 |
|
|  2. Наумов В.Н. Поведение потребителей [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО"Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 345 – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1014653 |
|  3. 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 |
|  4. Дубровин И.А. Поведение потребителей [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва:Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 310 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1093183 |
|  5. Меликян О. М. Поведение потребителей:учебник для студентов вузов, обучающихся понаправлению 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., Жуков Б.М. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебноепособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 438 с. – 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.  |

.