|  |  |
| --- | --- |
|  **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 |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**   |
|  Тема |  Наименование темы |
|  Тема 1. |  Поведение потребителей как новая область знаний. Основные направления психологического изучения потребителей. |
|  Тема 2. |  Этапы принятия решения потребителем. Лояльность потребителя. Способы удержания клиентов |
|  Тема 3. |  Психологические приемы работы в команде, конструктивного общения с коллегами, руководством, организации совместной деятельности в составе рабочих групп для повышения лояльности потребителей. |
|  Тема 4. |  Импульсивное и компульсивное потребление Ониомания. Психологический анализ покупательских решений |
|  Тема 5. |  Субъект-объектные» отношения в потребительском поведении. Психологические факторы материализма |
|  Тема 6. |  Социально-психологические свойства потребительских предпочтений. Возрастная динамика потребительских предпочтений |
|  Тема 7. |  Проблема взаимосвязи личности и потребительского поведения |
|  Тема 8. |  Оказание методических и консультационных услуг работникам других структурных подразделений организации по вопросам психологии организации постпродажного обслуживания и сервиса групп для повышения лояльности потребителей |
|  Тема 9. |  Исследования индивидуально-психологических особенностей эстетических предпочтений, инновативности. Теория экономического человека, теория предельной полезности |
|  Тема 10. |  Установки и убеждения потребителей. Психологические механизмы рекламного воздействия. |
|  Тема 11. |  Виды психологического воздействия. Механизмы психологического воздействия рекламы |
|  Тема 12. |  Психологические процессы, влияющие на потребителя – особенности восприятия продукта, категоризация, память и поиск информации. Понятие маркетингового комплекса и продвижения (товар, услуга, личность) |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |  |  |
|  **Основная литература:** |
|  1. Федюнина Е.Н. Теория потребительского поведения [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский государственный аграрный университет, 2018. - 128 – 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 – 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 – 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 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/949261 |
|  2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "КУРС", 2020. - 392 – 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 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093170 |
|  4. Кузнецов И.Н. Управление продажами [Электронный ресурс]:Учебно-методическая литература. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 492 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1092999 |
|  5. Ракитская О.Н., Лобанова Е.С. Психология общения и ведения переговоров [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Вологда: федеральное казенное образовательное учреждение высшего образования «Вологодский институт права и экономики Федеральной службы исполнения наказаний», 2019. - 192 – 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 Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
| Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021    |
| Аннотацию подготовил: Матвеева А.И.  |