

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 38.04.02 Менеджмент

Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"

«Теория и практика потребительского поведения»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Теория и практика потребительского поведения» относится к дисциплинам блока Блок 1. Дисциплины (модули) части Б1.В.06, формируемой участниками образовательных отношений

2. Объем дисциплины: 3 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины:

Целью настоящего курса является обучение магистров основам работы с потребителями. В задачи курса входят последовательное изучение основ маркетинга, ориентированного на потребителя, сегментирования потребительского рынка, факторов влияния на поведение потребителей, процесса принятия решения о покупке и послепокупочного процесса.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5);

Способен проводить научное исследование в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью (ПК-4).

5. Форма контроля: экзамен.

6. Разработчик: Кучиева И.Х.