**Наименование учебной дисциплины:**

**«Потребительское поведение»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование специальности** | 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» |
| **Курс обучения** | 2 |
| **Семестр обучения** | 4 |
| **Количество аудиторных часов:** | 60 |
| **Лекции**  **Семинарские занятия**  **Практические занятия**  **Лабораторные занятия** | 30 |
| 30 |
| - |
| - |
| **Форма текущей аттестации (*зачет/ дифференцированный зачет/экзамен*)** | зачет |
| **Количество зачетных единиц** |  |
| **Формируемые компетенции** | Освоение учебной дисциплины «Потребительское поведение» должно обеспечить формирование и развитие общепрофессиональных навыков и специальных компетенций: умение применять научно-теоретические знания для анализа особенностей и динамики потребления в различных сферах на постсоветском пространстве и за рубежом, моделей потребительского поведения; овладение основными методами и приемами изучения и моделирования потребительского поведения |
| **Краткое содержание учебной дисциплины:**  Современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей в условиях глобализации. Поведение людей на рынке с точки зрения психологии и социологии потребления. Внешние и внутренние факторы потребительского поведения и их влияние на процесс принятия потребителями решения о покупке. Организационное покупательское поведение. Консюмеризм. Инструменты и методы изучения поведения потребителей и интерпретации полученных результатов. | |