

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 12.10.2023 12:42:35  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0e0e3a8443

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Анализ потребительского поведения в fashion-индустрии

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	38.004.02 Менеджмент
Профиль	Управление бизнесом в fashion-индустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очно-заочная

Учебная дисциплина «Анализ потребительского поведения в fashion-индустрии» изучается в первом семестрах.

Курсовая работа не предусмотрена

#### 1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Анализ потребительского поведения в fashion-индустрии» относится к обязательной части программы

#### 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью изучения дисциплины «Анализ потребительского поведения в fashion-индустрии» являются.

– изучение экономических мотивов поведения потребителей, влияние внешних и внутренних факторов влияющих на поведение потребителей; навыков поведения потребителей, выявления потребности клиентов, формирование умения разрабатывать стратегию и элементы комплекса маркетинга с учетом знаний в области поведения потребителей;

– формирование у обучающихся компетенцией, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

#### Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими	ИД-ПК-1.3 Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг), проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов), реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
в организации	(услугам, брендам) организации, реализация и совершенствование ассортиментной политики организации
ПК-2 Способен формировать маркетинговую стратегию организации	ИД-ПК-2.1 Методика проведения комплексного маркетингового исследования

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	5	з.е.	180	час.
----------------------------------	---	------	-----	------