

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 19.06.2025 23:14:09
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab87497

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Физиологические основы потребительского поведения

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)	Управление поведением потребителей в сфере услуг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная/очно-заочная/заочная

Учебная дисциплина «Физиологические основы потребительского поведения» изучается в восьмом семестре.

Курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации

зачет с оценкой.

1.2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

– формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности.

– формирование у обучающихся компетенций, 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	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен к управлению взаимоотношениями с потребителями, партнерами, организациями	ИД-ПК-2.1 Осуществление делового общения в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями	- Проектирования коммуникаций с целевыми аудиториями с учетом особенностей работы сенсорных систем и мыслительных процессов, отвечающих за внимание и понимание информации на основе положений классического маркетинга. - Умеет собирать первичную и вторичную маркетинговую информацию о клиентах и контактных группах компании для подготовки системы маркетинговых коммуникаций.
	ИД-ПК-2.3 Применение теории управления информацией о текущих и потенциальных клиентах компании	

Общая трудоёмкость учебной дисциплины учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
по очно-заочной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
по заочной форме обучения –	3	з.е.	96	час.