

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:33:26
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление поведением потребителей

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	Стратегические коммуникации и бренд-аналитика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Учебная дисциплина Управление поведением потребителей изучается в шестом семестре.
Курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

шестой семестр – зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Управление поведением потребителей относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (майнор).

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 навыков анализа социально-экономических, мотивационных и ситуационных факторов поведения потребителей, с путями эффективного его регулирования и оптимизации.
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по дисциплине Управление поведением потребителей является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

1.3. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ДПК-7 Способен анализировать и интерпретировать потребительское поведение с точки зрения психологических мотивов и индивидуальных особенностей потребителя с целью адаптации маркетинговых стратегий в зависимости от полученных данных	ИД-ДПК-7.3 Анализ психологических факторов поведения для разработки потребительской типологии, основанной на выявлении основных поведенческих мотивов различных потребительских групп
	ИД-ДПК-7.4 Разработка стратегии управления потребительским поведением для принятия эффективных бизнес-решений и создания клиентоцентричных продуктов и сервисов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	3	з.е.	96	час.
-------------------------	---	------	----	------