

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Потребительское поведение в переходной экономике *наименование дисциплины*

Автор: к.с.н., д.с.н. Черныш М. Ф.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.	ПК-6.3	Овладение навыками современными методами сбора, обработки и анализа экономических и управленческих данных в отечественных и зарубежных источниках.

План курса:

Тема 1: Введение.

Тема 2: Эвристика и предвзятость.

Ограниченная рациональность выбора, эффект фрейминга, эвристика привязки и корректировки.

Тема 3: Понятие потребительского поведения в развивающихся странах.

Сэмплинг и соцопросы. Неравенство. Риски, нестабильность и сглаживание потребления. Отношение к сбережениям.

Тема 4: Принятие финансовых решений.

Введение в проблему принятия финансовых решений. Принятие решений путем рациональных расчетов.

Тема 5: Психология ценообразования.

Цена и эффект плацебо. Привлекательность бесплатного. Эффект подарка.

Тема 6: Просоциальное поведение и счастье.

Счастье. Можно ли купить счастье. Траты на других людей.

Тема 7: Поведенческие модели и межвременной выбор.

Дисконтирование во времени. Ожидания. Последовательности предпочтений.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вопросы для дискуссии:

Обсудите ситуацию перед, во время и после покупки с точки зрения продавца и с точки зрения покупателя. Выберите одну из категорий (например, перед покупкой) и задайте

максимально конкретные вопросы как от лица покупателя, так и продавца.

Типовые оценочные средства

Тест:

Вопросы теста касаются содержания курса. Справочными материалами пользоваться не разрешается. Цель тестирования – оценить способность к критическому мышлению на тему потребительского поведения в развивающихся странах. Итоговый тест состоит из 20 вопросов с вариантами ответов, а также 5 вопросов, на которые нужно дать развернутый ответ.

1. Порассуждайте на тему конфликта мотиваций и приведите примеры для каждого типа. Как маркетологи используют это, разрабатывая рекламные компании?
2. Что такое фрейдистская и неопрейдистская система личности в применении к поведению различных потребителей?
3. Как соотносятся стремление, потребность и желание? Перечислите первостепенные потребности согласно пирамиде потребностей Маслоу. Приведите примеры продуктов, удовлетворяющих каждую из потребностей. Влияет ли лидирующее мнение на потребности или желания потребителей?
4. Почему многокритериальные модели стали так популярны у маркетинговых исследователей? Что описывают такие модели?

Основная литература:

- 1.Consumer behaviour in a changing world : food, culture and society, Emerald Group Publishing Limited, 2016. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=4514345>.
- 2.Lempka, Robert, and Paul D. Stallard. Next Generation Finance : Adapting the Financial Services Industry to Changes in Technology, Regulation and Consumer Behaviour, Harriman House, 2013. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=3299680>.