

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ**

### **Б1.В.ОД.5 ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

*наименование дисциплин (модуля)/практики*

**Автор:** Минаева Н.Л., кандидат психологических наук

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.02 – Менеджмент  
направленность (профиль) "Гостиничное и ресторанное дело"

**Квалификация (степень) выпускника:** Бакалавр

**Форма обучения:** Очная

#### **Цель освоения дисциплины:**

Участие в разработке и развитии концепции предприятия питания, гостиничного комплекса.

#### **План курса:**

##### **Тема 1. Введение в дисциплину.**

Понятие «потребительское поведение. Маржиналистская теория. Концепция рационального человека и максимизация полезности. Эластичность спроса. Теория вмененных издержек.

##### **Тема 2. Биологические и другие фундаментальные основы потребительского поведения.**

Факторы, формирующие потребительское поведение. Стратегии селективного эволюционного отбора. Стратегии эволюционного отбора. Потребности, цели, мотивы и их иерархическая структура и актуализация. Теории мотивации. Структура процесса принятия решения. Двухпроцессная теория мозга, эмоции и их роль в потребительском поведении. Биология сенсорных систем и регуляция поведения потребителя. Нейрогуморальная регуляция поведения. Виды научения и их место в современной мире. Информационная насыщенность, поведенческие модели с симметричным и асимметричным распределением информации. Типологии и архетипы личности потребителя. Психографика (сегментирование, VALS, VALS2, LOV, AIO).

##### **Тема 3. Социальные факторы, детерминирующие потребительское поведение.**

Самоидентификация и принадлежность к группе. Нормативное, ценностно-ориентированное и информационное влияние, каузальная атрибуция. Социальная динамика малых, больших и средних групп. Дискурсивно-ролевая модель потребления, инструментальные и экспрессивные роли. Социальные установки, Корсаковский синдром и Йельский метод изменения установок.

##### **Тема 4. Знание потребителей о продукте.**

Признаки продукта и модели потребления. Ситуационные факторы, полевое

поведение и роль окружающей среды. Характеристика покупателей и выбор источника покупки. Основные характеристики источника покупки. Внутримagaзинные факторы покупки. Выкладка товара как фактор влияния на покупательское поведение. Каналы коммуникации и специфика их использования.

#### **Тема 5. Методы исследования потребительского поведения.**

Качественные методы. Количественные методы. Психофизиологические методы. Психолингвистический анализ.

#### **Тема 6. Сущность и факторы покупательского поведения организации.**

Организационный покупатель и коммерческая составляющая. Три типа организационных покупателей. Организационное покупательское поведение как система. Факторы, детерминирующие организационное покупательское поведение. Структура процесса организационной закупки. Специфика модели принятия решения.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

**В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.5 «Поведение потребителей» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

- при проведении занятий лекционного типа:  
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);
- при проведении занятий семинарского типа:  
опрос, тестирование, эссе, практические задания;
- при проведении промежуточной аттестации:  
ответ на вопросы билета и практическое задание.

Зачет проводится в виде устного опроса.

#### **Основная литература:**

1. Кузьмина Т.В. Эффективное манипулирование поведением человека (2-е издание) [Электронный ресурс] / Т.В. Кузьмина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 147 с. — 978-5-394-01939-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57159.html>
2. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс] : учебник / О.М. Меликян. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. — 978-5-394-01043-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59953.html>