

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ

Б1.В.01 УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ОЖИДАНИЕМ

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: О.Е. Клепиков

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 – Менеджмент,
направленность (профиль) "Управление предпринимательской деятельностью в индустрии
гостеприимства"

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать у студентов систематизированное и емкое представление о поведении потребителя как системе, регулируемой внешними и внутренними факторами. Формирование представления о потребительском акте и личности потребителя исходя из современных концепций нейронаучного, экономического и социологического знания. Получение навыков управления процессом принятия решений, коммуникацией и полным перечнем способов воздействия на потребительское поведение.

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 современном 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.01 «Управление потребительским ожиданием» 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.

Экзамен проводится в виде устного опроса.

Основная литература:

1. Сидорова С.А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ / С.А. Сидорова, В.Я. Красниковский. — Москва: Прометей, 2019. — 130 с. — ISBN 978-5-907100-33-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/116179>