

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Автор: к.э.н., доцент С.П. Казаков

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность определять влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей.

План курса:

Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.

Определение терминов «потребитель» и «поведение потребителей». Потребители и рынок. Поведение потребителей как междисциплинарная область исследований. Глобализация потребления. Концепция субъективной ценности и проблема ценообразования.

Тема 2. Типология и структура рынков.

Виды благ. Асимметрия информации и сигнализирование. Функциональный и нефункциональный спрос. Роль риска и неопределенности при анализе потребительского выбора. Типология рынков; эволюция рынков.

Тема 3. Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей.

Влияние культуры и субкультуры (этнической, религиозной и т.д.) на поведение потребителей. Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Кросс-культурные сравнения поведения потребителей. Стереотипное поведение и ее функции. Политические мифы и поведение индивидов на политических рынках.

Тема 4. Психологические детерминанты выбора.

Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей. Структура потребительских мотивов. Знания, убеждения, чувства, установки и намерения потребителей. Эвристики и сложные процедуры выбора. Физиологические детерминанты выбора.

Тема 5. Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов.

Демографический анализ и социальная политика; демография и спрос на товары и услуги; роль гендерных различий; воздействие возрастных характеристик на поведение потребителей; рынок «снова молодых». Гендерные модели потребления.

Тема 6. Общество потребления и детерминированность поведения.

Философские и психологические особенности общества потребления; роль потребителя в обществе потребления; виртуальные рынки и социокультурные поля; магазин как «спектакль»; «бунт» против общества потребления как элемент массовой культуры.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Анализ поведения потребителей» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Предмет, цели и задачи дисциплины	Диспут
Типология и структура рынков	Опрос
Культурные нормы и роль стереотипов. Кросс-культурные вариации в поведении потребителей	Опрос
Психологические детерминанты выбора	Тестирование
Демография и прогнозы изменений в предпочтениях индивидов	Опрос
Общество потребления и детерминированность поведения	Эссе

Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): зачет с оценкой в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература:

1. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/10953>
2. Елисеев А.С. Экономика. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/17607>