

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 «Анализ поведения потребителей»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: Костин А.Б.

Код и наименование направления подготовки, программа бакалавриата: 38.03.06

Торговое дело, «Цифровизация бизнеса и электронная торговля»

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

сформировать компетенции для осуществления выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, а также для проведения аналитического исследования с применением технологий больших данных с использованием существующей в организации методологической и технологической инфраструктуры (ПКр ОС-2, ПКс ОС-6)

План курса:

Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины

Определение термина «Поведение потребителей в цифровой сфере». Потребители и рынок. Поведение потребителей в цифровой сфере как междисциплинарная область исследований. Потребление как предмет маркетингового анализа. Концепции маркетинга, ориентированные на потребителя. Глобализация потребления. Концепция субъективной ценности и проблема ценообразования

Тема 2. Типология и эволюция рынков.

Модель человека в современной экономической теории. 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 на Поведение потребителей в цифровой сфере. Влияние субкультуры (этнической, религиозной, возрастной и т.д.). Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Влияние референтных групп на Поведение потребителей в цифровой сфере (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное). Влияние семьи и домохозяйства на Поведение потребителей в цифровой сфере. Роли членов семьи в принятии решения о покупке.

Тема 4. Психологические детерминанты выбора

Психологические факторы, влияющие на Поведение потребителей в цифровой сфере: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Знания потребителей. Убеждения, чувства, установки и намерения потребителей. Демография, психографика и личность. Стиль жизни. Теории личности, их применение в маркетинге. Эвристики и иррациональные процедуры выбора. Физиологические детерминанты выбора. Нейромаркетинг.

Тема 5. Демография и прогнозы предпочтений

Демографический анализ и социальная политика; демография и промышленный спрос; роль структуры потребительского рынков; воздействие возрастных характеристик на Поведение потребителей в цифровой сфере; макромаркетинг в свете старения населения; рынок «снова молодых».

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».

Тема 7. Модель принятия решения потребителем

Процесс принятия решений потребителями. Основные стадии процесса принятия решения потребителем: осознание потребности (проблемы); поиск информации; оценка и выбор альтернатив; покупка; процессы, следующие за покупкой. Типы процессов принятия решения: первичные, повторные, импульсивные покупки.

Тема 8. Фирма как потребитель. Особенности потребительского поведения на рынке B2B

Сущность и факторы покупательского поведения организаций. Оппортунистическое поведение в организации. Проблема «центрального агента». Модель организационного покупательского поведения.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, эссе, дискуссия.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: **в форме экзамена в письменной форме.**

Компетенция ПКр ОС-2 .1формирует:

на уровне знаний:

Применение основ менеджмента

Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность

Особенности проведения социологических исследований

Принципы системного анализа

Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов

на уровне умений:

Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования

Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования

Анализировать текущую рыночную конъюнктуру

на уровне навыков:

Выявление проблем и формулирование целей исследования

Планирование проведения маркетингового исследования

Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования

Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации

Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг

Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования

Компетенция ПКр ОС-2 .2 формирует:

на уровне знаний:

Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность

Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики

Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг

Методы проведения маркетингового исследования

Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях

Правила, нормы и основные принципы этики делового общения

на уровне умений:

Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков

Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования

на уровне навыков:

Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации
Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики
Формирование предложений по совершенствованию товарной политики
Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики
Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж
Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

Компетенция ПКс ОС-6 .1 формирует:**на уровне знаний:**

Основы планирования аналитических работ
Стандарты проведения анализа данных
Методы и инструментальные средства управления аналитическими проектами по исследованию больших данных
Типы анализа больших данных, виды аналитики
Теоретические и прикладные основы анализа больших данных
Современные методы и инструментальные средства анализа больших данных

на уровне умений:

Представлять содержание и результаты работ по анализу больших данных
Вести протоколы мероприятий по анализу больших данных
Планировать аналитические работы с использованием технологий больших данных
Проводить аналитические работы с использованием технологий больших данных
Проводить анализ больших данных
Осуществлять интеграцию и преобразование данных в ходе работ по анализу больших данных

на уровне навыков:

Определение состава группы для проведения анализа больших данных
Определение необходимых ресурсов для проведения аналитических работ
Разработка, обсуждение и утверждение плана аналитических работ
Распределение ролей и состава аналитических работ между участниками группы для анализа больших данных

Основная литература:

1. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — М.: Дашков и К, 2018. — 311 с. — ISBN 978-5-394-01475-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85405.html>
2. Меликян, О. М. Поведение потребителей: учебник / О. М. Меликян. — 4-е изд. — М.: Дашков и К, 2018. — 2018 с. — ISBN 978-5-394-01043-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85320.html>
3. Поведение потребителей: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев, О. А. Лебедева, А. Г. Васильев [и др.]; под редакцией Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. — 2-е изд. — М: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 238 с. — ISBN 978-5-238-01280-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81820.html>