

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 Потребительское поведение на развивающихся рынках / Consumer Behaviour in Emerging Markets

Автор: профессор, д.с.н. М.Ф. Черныш

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 менеджмент, Международный менеджмент

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

овладение следующими компетенциями:

- УК ОС-5 Способность работать в коллективе в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ПК ОС-12 Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия

расширить понимание студентов глубоких взаимосвязей между разными уровнями экономической жизни общества: макротенденциями и поведением в микро-контексте.

Макротенденции представляют собой комбинацию эффектов регулирования и непреднамеренных последствий управленческой политики. В микроконтексте формируются поведенческие паттерны «поддержки и уклонения», «вовлеченности и ухода», способные существенно влиять на то, что происходит в экономике.

Результаты освоения дисциплины:

на уровне знаний

- особенностей потребительского поведения населения переходной экономики, тенденций эволюции и их влияния на экономику; понимание влияния перехода от моделей дефицита к моделям изобилия товаров на потребительское поведение;

на уровне умений

- отслеживать и анализировать взаимосвязь между экономикой, социальной сферой и потребительским поведением.
- использовать концепции потребительского поведения для анализа тенденций современных рынков и рынков в прошлом;
- анализировать изменения отдельных рынков, прогнозировать их состояние на основании выявленных тенденций, использовать индикаторы рыночной активности для целей анализа;
- анализировать отдельные кейсы, использовать диаграммы и статистические таблицы для описания темы, использовать в режиме триангуляции данные статистики, научных исследований и медийной информации для создания полноценного аналитического продукта

на уровне навыков

- использования полученных знаний для принятия правильных управленческих решений на рынках переходных экономик;
- анализа потребительского поведения, критического анализа результатов исследований рынков, самостоятельной деконструкции состояния отдельных рынков на основе тенденций их становления в привязке к микро и макро тенденциям в экономике и обществе;
- публичного обсуждения избранной темы, анализа литературы, посвященной потребительскому поведению, способности логичного описания рыночной ситуации в сочетании макро и микрофакторов;

План курса:

- Тема 1. Модели потребления в советский период – начало консьюмеризма.
Тема 2. Начало переходного периода – нестабильное поведение.
Тема 3. Современные практики потребления в России.
Тема 4. Современные практики потребления в России – продолжение, кейсы.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля – решение кейсов.

Зачет проводится в устной форме.

Основная литература

1. Деньгов, В. В. Микроэкономика в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Деньгов. — 4-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 410 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04211-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6ABD744A-0AB7-4163-A983-248E01A14429.

Дополнительная литература

1. Berger J. Contagious: Why Things Catch On. N.Y.Simon and Schuster. 2012.
2. Cialdini R. Influence: The Psychology of Persuasion, Revised Edition. N.Y.William Morrow and Co. 2010.
3. Chernyshova N. Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era. L.Routledge. 2013.