

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Направление подготовки бакалавров 43.03.03 - «Гостиничное дело»

Профиль подготовки «Гостиничная деятельность»

Кафедра КОММЕРЦИИ И ГОСТЕПРИИМСТВА

Цель изучения дисциплины	формирование у студентов системы знаний в области теории и практики потребительского поведения, приобретение навыков, необходимых для исследования потребительского поведения и разработки эффективных стратегий и инструментов его формирования и модификации в условиях конкуренции.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Поведение потребителей и маркетинг2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей3. Внутренние факторы поведения потребителей.4. Модели поведения потребителей5. Процесс принятия потребителями решения о покупке6. Организационное покупательское поведение. Консьюмеризм.
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	<p>ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;</p> <p>ОПК-3 готовностью применять нормативно-правовую и технологическую документацию, регламентирующую гостиничную деятельность;</p> <p>ПК-6 готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению и удовлетворению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений.</p>
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	«Экономическая теория», «Маркетинг гостиничного предприятия», «Сервисная деятельность», «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса», «Математика»
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- о факторах внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей (ПК-6);- модели поведения потребителей (ОК-3);- правовую базу защиты потребителей (ОПК-3);- особенности поведения потребителей-организаций (ПК-6);- логику принятия потребителями решения о приобретении товара (услуги);- особенности воздействия поведения потребителей на сферу услуг; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- осуществлять сбор и анализ информации о потребителях (ОК-3);- определять структуру внешних и внутренних факторов, влияющих на принятие решения потребителем (ПК-6);- сегментировать рынок по психографическому методу;

	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать конфликтные ситуации с потребителем с правовой точки зрения (ОПК-3); - диагностировать поведение потребителей, определять: кто принимает решение, какие существуют типы решений о покупке и этапы процесса принятия решения. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа поведения потребителей, необходимых для ведения маркетинговой деятельности (ОК-3); - навыками определения факторов, влияющих на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей на рынке в целом (ПК-6); - навыками использования нормативно-правовой базы, регламентирующей отношения с потребителем (ОПК-3). <p>Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при выполнении выпускной квалификационной работы и в ходе практической работы.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради
Формы текущего контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль
Форма промежуточного контроля:	Зачет

Составитель аннотации

Заведующий кафедрой КиГ

Председатель учебно-методической комиссии
направления 43.03.03



И.Ф. Жуковская

О.Б. Яресъ

О. П Полоцкая