

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

Институт (факультет) Институт экономики, управления и социальных технологий
Кафедра Экономической теории и управления ресурсами

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе

«Исследование поведения потребителей на рынке промышленной
продукции»

Индекс по учебному плану: **Б1.В. ДВ.12.01**

Направление подготовки: **38.03.01 «Экономика»**

Квалификация: **бакалавр**

Профиль подготовки: **Промышленная коммерция**

Вид(ы) профессиональной деятельности:

аналитическая, научно-исследовательская,
расчетно-экономическая,
организационно-управленческая

Разработчик: к.э.н., доцент кафедры ЭТиУР Мухаметшина Ф.А.

Казань 2017 г.

РАЗДЕЛ 1. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

1.1. Цель изучения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины является формирование твердых теоретических знаний и практических навыков ведения и организации предпринимательской деятельности, помочь обучающимся овладеть методикой исследования рынка и научить применять теоретические знания при оценке деятельности предприятия, фирмы, организации и других форм собственности.

1.2. Задачи дисциплины (модуля)

Основными задачами дисциплины «Исследование поведения потребителей на рынке промышленной продукции» являются развитие у обучающихся навыков и умения в работе:

- с различными группами потребителей;
- с помощью средств маркетинговых коммуникаций воздействовать на различные группы потребителей;
- разрабатывать методологию и методику исследования поведения потребителей;
- использовать адекватные методы анализа и интерпретации их результатов.
- выработка у обучающихся необходимых знаний, навыков и умений, позволяющих им выполнять основные виды профессиональной деятельности в сфере исследования рынков промышленных товаров.

1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина «Исследование поведения потребителей на рынке промышленной продукции» входит в состав вариативного модуля Блока 1, и является Дисциплиной по выбору

1.4. Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины.

<i>ПК-5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</i>	
Знание	знание содержания форм отчетности предприятий
Умение	анализировать финансовую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий
Владение	навыками анализа финансовой и иной информации предприятий
<i>ПК-7 Способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, проанализировать их и подготовить</i>	

<i>информационный обзор и/или аналитический отчет</i>	
Знание	основных понятий и источников информации
Умение	анализировать и найти необходимую информацию для составления отчетов
Владение	навыками организации сбора информации для подготовки информационного обзора и аналитического отчета.
ПК-11 способность критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	
Знание	Структуры и основных вариантов управленческих решений
Умение	Анализировать возникающие риски и обосновывать предложения
Владение	Способностью к формулированию и аргументированию вариантов управленческих решений

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ.

2.1 Структура дисциплины (модуля), ее трудоемкость

Таблица 3

Распределение фонда времени по видам занятий

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах / интерактивные часы)				Коды составляющих компетенций	Формы и вид контроля освоения составляющих компетенций (из фонда оценочных средств)
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
<i>Раздел 1. Основы формирования рынка промышленных товаров</i>							<i>ФОС ТК-1 тесты</i>
Тема 1.1. Предмет, цель, задачи и принципы дисциплины	12	2		2	8	ПК-5 З	Текущий контроль
Тема 1.2. Рынки товаров промышленного назначения, классификация промышленных рынков	12	2		2	8	ПК-7 З	Текущий контроль
Тема 1.3. Сегментирование рынка промышленных товаров	12	2		2	8	ПК- 7 У	Текущий контроль

<i>Раздел 2. Инструментарий исследования поведения потребителей</i>							<i>ФОС ТК-2 тесты</i>
Тема 2.1. Поведение потребителей: процесс принятия решения о покупке	12	2		2	8	ПК-11 З	Текущий контроль
Тема 2.2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	12	2		2	8	ПК- 7 У	Текущий контроль
Тема 2.3. Психологические факторы поведения потребителей	12	2		2	8	ПК-11 З	Текущий контроль
<i>Раздел 3. Методология исследования и изменения поведения потребителей</i>							<i>ФОС ТК-3 тесты</i>
Тема 3.1. Влияние маркетинговых коммуникаций на изменение поведения потребителей	12	2		2	8	ПК-11 З	Текущий контроль
Тема 3.2. Теория потребительского поведения	12	2		2	8	ПК-5 У	Текущий контроль
Тема 3.3. Защита прав потребителей - консюмеризм	12	2		2	8	ПК- 11 З	Текущий контроль
Промежуточная аттестация (экзамен)	36					ПК-5 В, ПК-7 В, ПК- 11 В	<i>ФОС ПА устный ответ на контрольные вопросы</i>
ИТОГО:	144	18		18	72		

РАЗДЕЛ 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

3.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

3.1.1. Основная литература:

1. Мальшина Н.А. Человек и его потребности: учеб. пособие / Н.А. Мальшина. – М.: Дашков и К, 2015. – 160 с. (учебное издание для бакалавров).
2. Меликян, О.М. Поведение потребителей: учебник для студ. вузов / О.М. Меликян. – 4-е изд. – М.: Дашков и К, 2014. – 280 с.
3. Войтов А.Г. Экономическая теория: учебник. – Москва: Дашков и К 2015 г. – 932 с. – Электронное издание. – ISBN 978-5-394-01690-5. Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=342676>

3.1.2. Дополнительная литература:

4. Экономическая теория в 2 частях. Часть 1. Введение в экономическую науку. Микроэкономика: учебное пособие для студентов неэкономических специальностей / А. Р. Тумашев, С. Н. Котенкова, М. В. Тумашева. – Казань, Казан. ун-т, 2011. – 204 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: пер. с англ./ Ф. Котлер. – 2007 М.; Вильямс
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учебник/ Ф.Котлер, К.Л.Келлер. 12-е изд., - СПб.: Питер, 2009. 816 с.
7. Блэкуэлл, Роджер Д. Поведение потребителей: учебник / Р.Д.Блэкуэлл, П.В. Миниард, Д.Ф.Энджел; пер. с англ. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 943 с.
8. Закон о защите прав потребителей № 294-ФЗ от 07.02.1992г <http://ozpp.ru>.

3.2. Информационное обеспечение дисциплины.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

3.2.1. Основное информационное обеспечение.

Мухаметшина Ф.А. «Исследование поведения потребителей на рынке промышленной продукции» [Электронный курс]: курс дистанционного обучения по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 Экономика ФГОС 3+ / КНИТУ-КАИ, Казань, 2016. – Доступ по логину и паролю. URL: https://bb.kai.ru:8443/webapps/blackboard/execute/content/blankPage?cmd=view&content_id=95610_1&course_id=9817_1

2. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru/>

3.3. Кадровое обеспечение

3.3.1. Базовое образование

Высшее образование в предметной области экономической теории и /или наличие ученой степени и/или ученого звания в указанной области и /или наличие дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки в области экономической теории и /или наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.

Лист регистрации изменений и дополнений

№ п/п	Дата внесения изменений, проведения ревизии	Номера листов	Документ, на основании которого внесено изменение	Краткое содержание изменения	Ф.И.О. подпись
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
1					
2					
3					
4					

