

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

23 мая 2019 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Лавров Илья Михайлович, к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Поведение потребителей на рынке»

Направление подготовки:	38.04.02 – Менеджмент
Магистерская программа:	Международный маркетинг и управление корпорациями
Квалификация выпускника:	Магистр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2018

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 7 20 мая 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 20 15 мая 2019 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина
--	---

Москва 2019 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Поведение потребителей на рынке» является формирование у обучающегося способности выполнять анализ мотивов, моделей экономического поведения потребителей (хозяйствующих субъектов и физических лиц), интерпретировать действия экономических субъектов для принятия оптимальных и экономически обоснованных управленческих и производственных решений.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Поведение потребителей на рынке" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
ПК-3	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

2 зачетных единиц (72 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Поведение потребителей на рынке» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся с применением дискуссионных технологий. Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. преподавание выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративный разбор различных ситуаций). Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, подготовка устных докладов и презентационных материалов по специфике курса. К интерактивным (диалоговым) технологиям относится отработка отдельных тем по электронным пособиям. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 3 раздела, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (подготовка устных докладов или презентаций по тематике курса) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые устные опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Потребители, их поведение и маркетинг

РАЗДЕЛ 2

Индивидуальное потребительское поведение

ПК1, устный опрос, тестирование, решение задач, доклады

РАЗДЕЛ 3

Организационное потребительское поведение

ПК2, устный опрос, тестирование, решение задач, доклады

Дифференцированный зачет