

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Поведение потребителей на рынке

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление бизнесом

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 25.04.2022

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является формирование у обучающихся способности научно обоснованного принятия решений по изучению потребительского поведения на организационных и потребительских рынках.

Задачами дисциплины являются:

- формирование у обучающегося способности выполнять анализ мотивов, моделей экономического поведения потребителей (хозяйствующих субъектов и физических лиц),
- интерпретировать действия экономических субъектов;
- использовать полученные данные для принятия оптимальных и экономически обоснованных управленческих и производственных решений.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ПК-1 - Способен разрабатывать и обосновывать управленческие решения по развитию бизнеса.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

методы анализа экономического поведения потребителей на рынке, факторы и мотивы, определяющие потребительский выбор на рынке.

Уметь:

структурировать группы потребителей и прогнозировать потребительское поведение при помощи методов экономического анализа, проводить анализ потребительского поведения.

Владеть:

навыками анализа поведения потребителей на рынках, навыками подготовки аналитических материалов и принятия решений по развитию бизнеса и управлению спросом на основе данных анализа потребительского поведения.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108

академических часа(ов).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №1
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	18	18
В том числе:		
Занятия лекционного типа	18	18

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 90 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Потребители, их поведение и маркетинг Рассматриваемые вопросы: - Роль и место научной категории «Поведение потребителей» в системе экономических знаний; - Основные понятия потребительского поведения; - Маркетинг и потребитель; - Факторы потребительского поведения; - Стратегия маркетинга и поведение потребителей.
2	Организационное поведение на транспортном рынке.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сущность и особенности организационного поведения на транспорте; - Типы закупочных ситуаций.
3	<p>Внешние факторы потребительского поведения.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Культура; - Субкультура; - Социальные группы; - Семья и домохозяйство.
4	<p>Внутренние факторы потребительского поведения.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мотивация; - Персональные ценности; - Психологические факторы.
5	<p>Процесс принятия решения потребителем.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Существующие особенности процесса принятия решения потребителем; - Осознание необходимости покупки; - Информационный поиск; - Оценка и выбор альтернатив; - Покупка; - Реакция на покупку.
6	<p>Особенности индивидуального потребительского поведения.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Влияние глобальных рынков, кросс-культурных вариаций на поведение потребителей; - Социальная стратификация, социальный статус; - Влияние индивидуальных особенностей личности на его поведение: восприятие, обучение, память и позиционирование продукта, персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей, знание и отношение.
7	<p>Особенности организационного потребительского поведения.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поведение потребителей: организации и общество; - Консьюмеризм, этика и социальная политика.
8	<p>Организационное поведение на транспортном рынке.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сущность и особенности организационного поведения на транспорте; - Типы закупочных ситуаций.
9	<p>Влияние цены перевозки на потребительское поведение.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сущность транспортных тарифов и ценового регулирования; - Ценообразование в регулируемом и дерегулированном сегментах транспортного рынка; - Ценовая эластичность спроса; - Механизм влияния цены на поведение потребителя.
10	<p>Влияние качества обслуживания на потребительское поведение.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сущность качества как инструмента стимулирования сбыта; - Система показателей качества обслуживания потребителей; - Механизм влияния уровня качества на потребительский выбор.

4.2. Занятия семинарского типа.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с лекционным материалом.
2	Работа с литературой.
3	Подготовка к промежуточной аттестации.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Социология потребления Ильин В.И. Учебник - М.:ЮРАЙТ , 2021. – 433 с.	https://urait.ru/bcode/472340 (дата обращения: 07.03.2022). - Текст: электронный.
2	Поведение потребителей Быкова А.В., Овчинникова Л. И. Учебное пособие МИРЭА - Российский технологический университет, 2020. – 69 с.	https://e.lanbook.com/book/167598 (дата обращения: 07.03.2022). - Текст: электронный.
3	Поведение потребителей на транспортном рынке Соколов Ю.И., Лавров И.М. Учебное пособие - М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2018. - 222 с.	https://umczdt.ru/books/45/18730/ (дата обращения: 07.03.2022). - Текст: электронный.
4	Маркетинг Реброва Н.П. Учебник - М.: ЮРАЙТ , 2021. – 277 с.	https://urait.ru/bcode/450528 (дата обращения: 07.03.2022). - Текст: электронный.

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miiit.ru>).

Электронная библиотека Учебно-методического центра по образованию на железнодорожном транспорте (<https://umczdt.ru/>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения аудиторных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 1 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Финансы и кредит»

И.М. Лавров

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ
Председатель учебно-методической
комиссии

Н.П. Терешина

М.В. Ишханян