

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

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Поведение потребителей на транспортном рынке**

Направление подготовки: 42.03.01 – Реклама и связи с  
общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Целью дисциплины является формирование у обучающихся способности научно обоснованного изучения потребительского поведения на рынках, включая транспортный, и использованию его результатов для принятия управленческих решений.

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 маркетинговых решений.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).