

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Абазян Артак Горикович

Должность: Заведующий кафедрой туризма и физической культуры

Дата подписания: 21.08.2020 11:26:58

Уникальный программный ключ:

7fbf4a479f8599c708daba086bb8864e717b3a7

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра туризма и физической культуры

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой туризма и ФК

\_\_\_\_\_ А.Г. Абазян

«26» августа 2020 г. Пр № 1

**АННОТАЦИЯ**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ФТД.01 ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**Направлени  
е  
подготовки  
(профиль):**

**43.03.02 Туризм (Технология и организация  
туроператорских и турагентских услуг)**

Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки – 2019

**Краснодар  
2020**

# ФТД.01 ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели** освоения дисциплины (модуля): - получение студентами теоретических знаний и практических навыков по организации, управлению и проектированию процессов в области поведения потребителей в туристской индустрии, а также основ общих закономерностей поведения потребителей, приобретение необходимых практических навыков по эффективному воздействию на потребителя.

**Задачи:** - получение теоретических и практических знаний о предмете, структуре и основных положениях теории поведения потребителей;

- получение практических навыков по применению теории поведения потребителей для решения практических задач, в первую очередь, при позиционировании, восприятии рекламы и бренда в туристской индустрии;

- знакомство с практическими методиками оценки поведения потребителей в туризме;

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к факультативным (необязательным для изучения при освоении образовательной программы) дисциплинам.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

**Знать:** сущность и содержание категорий и понятий теории поведения потребителей; цель, задачи, функциональное содержание и особенности поведения потребителей в различных предпокупочных ситуациях;

-основные модели поведения потребителей;

-современные тенденции развития маркетинговых коммуникаций, основные принципы, функции, процесс маркетинговых коммуникаций;

-комплекс маркетинговых коммуникаций, основы его формирования и управления на предприятии;

-особенности планирования, контроля и оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.

• Уметь: самостоятельно использовать полученные теоретические знания при анализе конкретных ситуаций в практике туристской деятельности;

•-применять теорию и практику поведения потребителей для разработки маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

•-использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований поведения потребителей;

•-анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;

-формировать и оценивать коммуникативную политику

**Владеть:** методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования поведения потребителей экономических благ и формирование спроса;

-навыками разработки моделей поведения потребителей при решении практических маркетинговых задач;

-методами разработки и реализации программ маркетинговых коммуникаций, навыками деловых коммуникаций.

-