

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Поведение потребителей»
для обучающихся 2026 года поступления
по образовательной программе
38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг
в здравоохранении,
форма обучения заочная форма
на 2026-2027 учебный год**

№	Тематические блоки	Практическая подготовка в рамках тематического блока ³	Часы (академ.) ⁴
2 семестр			
1.	Поведение потребителей: предмет и объект¹. Поведение потребителей и его исследование. Что такое поведение потребителей и зачем его изучать. Эволюция поведения потребителей. Фундаментальные принципы поведения потребителей. Маркетинговая стратегия организаций, ориентированных на потребителей. Место поведения потребителя при анализе рынка и рыночной стратегии. Стратегии формирования лояльности и удержания клиентов ² .	-	2
2.	Маркетинговые методы исследования поведения потребителя¹. Роль исследований потребительского поведения в системе регулярного маркетинга. Рассмотрение методов исследования, принципов и теорий социальных, психологических и экономических наук в применении к изучению потребительского поведения. Сравнительный анализ поведенческого, экономического и социологических подходов к изучению потребителей, критическая оценка и направления развития. Количественные и качественные исследования поведения потребителей. Опросы, наблюдение, глубинное интервью, фокус-группа. Психографика как метод измерения стиля жизни ² .	-	2
3.	Принятие решения потребителем.¹ Процесс принятия решения потребителем. Модель принятия решения потребителем. Переменные, формирующие процесс принятия решения. Факторы, влияющие на расширение решения проблемы. Предпокупочные процессы. Осознание потребности. Поиск. Оценка вариантов. Покупка. Виды покупок. Розничная торговля и процесс покупки. Детерминанты успеха розничного продавца. Установление контакта с потребителем. Послепокупочные процессы. Потребление. Оценка результатов потребления ² .	-	2
4.	Индивидуальные детерминанты поведения потребителя.¹ Демография, психографика и личность. Мотивация потребителей. Классификация потребностей потребителя. Мотивационный конфликт. Бессознательная мотивации. Манипуляции потребительским поведением. Знания потребителей. Убеждения, чувства и намерения потребителей. Установки и стереотипы потребительского поведения ² .	-	2

5.	Влияние внешней среды на поведение потребителя. ¹ . Культура, этническая принадлежность и социальный класс. Влияние семьи и домохозяйства. Жизненный цикл семьи. Влияние группы и влияние личности. Влияние референтной группы. ² .		2
6.	Поведение потребителей в цифровой среде: влияние интернета и социальных сетей ¹ . Модели поведения потребителей в интернете. Факторы, влияющие на выбор потребителя в digital-среде. Анализ и исследование поведения потребителей в digital-среде. Электронная коммерция и новые модели потребления. Планирование и оценка эффективности digital-маркетинговых коммуникаций. Этические и правовые аспекты цифрового потребительского поведения. ² .	ПП	2
Итого			12

¹ – тема

² – сущностное содержание

³ – ПП (практическая подготовка)

⁴ – один тематический блок включает в себя несколько занятий, продолжительность одного занятия 45 минут, с перерывом между занятиями не менее 5 минут

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента им. Н.П. Григоренко, протокол от «02» июня 2026 г. № 11.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева