

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Основы потребительских знаний

Наименование ОПОП ВО

38.03.02 Менеджмент. Управление малым бизнесом

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Основы потребительских знаний» является формирование у студентов представлений о потребительском поведении как основы стратегической деятельности организации в условиях конкуренции, а также о защите интересов потребителей, с одной стороны, и производителей (торгующих фирм) от недобросовестных потребителей, с другой стороны.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение нормативных материалов по защите прав потребителей;
- ознакомление студентов с нормативными документами, регулирующими взаимоотношения потребителей с производителями, исполнителями или бизнес-организациями;
- ознакомление с минимально необходимым объемом потребительских знаний при принятии решения о покупке или получения услуг;
- ознакомление с основными источниками информации для потребителей;
- изучение возможности применения различных стандартов на практике.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
			Знания:	
38.03.02 «Менеджмент» (Б-МН)	ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знания:	Основ этической культуры и профессиональной этики, необходимых для реализации конкурентной стратегии организации. Нормативных и правовых документов в области защиты прав потребителей, требований к продукции, ее характеристикам в целях реализации операционных мероприятий стратегической направленности в конкурентных условиях.

			Умения:	Соблюдать этические нормы общения с персоналом и клиентами, в том числе потребителями. Правильно использовать нормативные и правовые документы в области защиты прав потребителей, опираясь на установленные требования, в том числе стратегию организации Оценивать товар и соответствие информации о нем требованиям законодательства.
	ПК-17	Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знания:	Основы потребительского тестирования, испытаний продукции
Умения:			Анализировать результаты тестирования с целью выработки понимания возможностей в деятельности организации	
Навыки:			Навыками проведения потребительского тестирования, испытаний продукции на соответствие установленным требованиям	

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Основные понятия курса.
- 2) Проблемы потребительского выбора
- 3) Характеристика потребителей
- 4) Торговля - как способ доведения товара до потребителя
- 5) Источники информации для потребителей
- 6) Значение маркировки
- 7) Потребительское тестирование
- 8) Потребительское законодательство
- 9) Значение рекламы для потребителя
- 10) Этика потребительского поведения

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.02 Менеджмент	ОФО	Бл1,ДВ.В	6	3	37	18	18	0	1	0	71	3

Составители(ль)

Тилиндис Т.В., кандидат технических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли,

Tatyana.Tilindis@vvsu.ru