|  |  |
| --- | --- |
|  | РОССИЯ, 119234, Москва, Ленинские горы,  ГСП-1 МГУ имени М.В. Ломоносова, д.1. стр.52  Тел.: +7 (495) 939-22-02, Факс: +7 (495) 939-22-50  e-mail: [mail@mgubs.ru](mailto:mail@mgubs.ru) [http://mgubs.ru](http://mgubs.ru/) |

Программа межфакультетского курса

**“Поведение потребителей и психология продаж”**

Весенний семестр 2015/2016 учебного года

**Авторы и преподаватели:**

Маркова Марина Валерьевна, к.экон.н., доцент кафедры менеджмента Высшей школы бизнеса МГУ.

**Аудиторная нагрузка:** 24 академических часа.

Курс включает в себя 12 занятий, зачет проводится на последнем занятии.

**1. Концепция курса**

Курс включает в себя рассмотрение основ потребительского поведения, методов его изучения и принципов ориентации компаний на потребителей.

Материал курса представлен двумя крупными тематическими блоками, охватывающими вопросы поведения потребителей и психологии продаж. В свою очередь, первый блок посвящен внутренним и внешним факторам потребительского поведения, а также особенностям восприятия ими маркетинговой информации. Второй блок посвящен сегментированию потребителей, прежде всего, психографическому, принципам эффективных продажах, АВС-анализу ассортимента товаров и мерчендайзингу.

На занятиях будут рассматриваться различные аспекты моделирования потребительского поведения, информирования потребителей, формирования потребительского выбора и повышения эффективности продаж.

Курс является практикоориентированным и основан на конкретных примерах изучения и ориентации компаний на потребительское поведение.

**2. Цели курса**

- сформировать у студентов совокупные знания в области закономерностей потребительского поведения и психологии покупателей;

- выработать у студентов представление о принципах и инструментах взаимодействия поставщика и покупателя в зависимости от модели потребительского поведения.

3. Образовательные результаты

**Должен знать и понимать:**

• факторы поведения потребителей:

• методы измерения степени удовлетворенности потребителей:

• этапы процесса принятия решения о покупке потребителем;

• теории мотивации потребностей и мотивы покупок;

• психографические критерии сегментирования покупателей;

• виды коммуникаций взаимодействия продавца и покупателя;

• принципы эффективных продаж;

• профессиональные инструменты продавца;

• инструменты мерчендайзинга.

**Уметь и быть в состоянии сделать:**

• применять маркетинговый подход к деятельности компании, в целом;

• оценивать степень удовлетворенности потребителей;

• разрабатывать программы лояльности потребителей;

• определять целевые сегменты потребителей с использованием психографических критериев сегментирования;

• применять инструменты формирования потребительского выбора с целью повышения эффективности продаж.

• применять инструменты мерчендайзинга.

4. Методы обучения

Основными методами обучения являются: интерактивные занятия; разбор конкретных бизнес-ситуаций, выполнение групповых заданий в аудитории, самостоятельное изучение студентами литературы и выполнение домашних заданий.

5. Учебные материалы

**Основная (обязательная для изучения) литература:**

1. Васильев Г.А. Поведение потребителей. – М.: ИНФРА-М, 2010.
2. Драганчук Л.С. Поведение потребителей. – М.: ИНФРА-М, 2011.
3. Дубровин И.А. Поведение потребителей. – М.: Дашков и К, 2012.
4. Маркова М.В., Иванова А.Г. Психология продаж. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2010. – 79 с.
5. Парамонова Т. Н. Мерчандайзинг : 4 - е изд., стер. / Т. Н. Парамонова, И. А. Рамазанов. – М.: КноРус, 2008.

**Дополнительная литература:**

1. Бакшт К.А. Боевые команды продаж / К. А. Бакшт. – СПб.: Питер, 2009. - 368 с.
2. Кинг Джефф. Секреты продаж. Искусство достижения успеха. - М.: Претекст, 2009.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Профессиональное издание. – М: Вильямс, 2009.
4. Миллер Р.Е. Новая стратегия продаж. – М.: ЛОРИ, 2008.
5. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса: учебное пособие/ Ю.В. Щербатых. – СПб.: Питер, 2008.

***Электронные источники информации***

*1.* [*http://www.advertology.ru*](http://www.advertology.ru)

*2. http://*[*www.marketing.spb.ru*](http://www.marketing.spb.ru)

*3. http://www.btl.ru*

*4.* [*https://www.4p.ru*](https://www.4p.ru)

*5. https://www.marketologi.ru*

6. Тематический план

|  |  |
| --- | --- |
| ***Занятие*** | ***Тема*** |
| ***№1*** | ***Модели и факторы потребительского поведения*** |
| ***№2*** | ***Культура и ценности как факторы поведения потребителей*** |
| ***№3*** | ***Социальное положение и влияние малых групп как факторы поведения потребителей*** |
| ***№4*** | ***Ситуационные факторы потребительского поведения*** |
| ***№5*** | ***Индивидуальность человека и типы личности*** |
| ***№6*** | ***Стиль жизни и персональные ценности*** |
| ***№7*** | ***Роль информации в формировании потребительского поведения*** |
| ***№8*** | ***Психографическое сегментирование потребителей*** |
| ***№9*** | ***Принципы эффективных продаж*** |
| ***№10*** | ***Психология взаимодействия с покупателями в сфере продаж*** |
| ***№11*** | ***Мерчендайзинг*** |
| ***№12*** | ***Письменный зачет по курсу*** |