

Силабус (Syllabus)

Назва дисципліни	ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА
	<i>Інформація про викладача</i>
Викладач	<i>Вечірко Ольга Григорівна сайт – http://vki.vin.ua/ua/wp-content/uploads/2023/10/%D0%9C%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA-%D0%92.%D0%93._3.pdf</i>
	<i>Опис навчальної дисципліни</i>
Обсяг	<i>Кредитів - 90/3 Лекцій - 16 годин Практичних - 18 годин Самостійна робота студентів – 56 годин</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
Семестр / форма підсумкової атестації	<i>5 семестр / диференційований залік</i>
Політика академічної доброчесності	https://drive.google.com/file/d/11WWuPPYioYwWi7QIE1Ctc9YqfLNIeVUN/view
Короткий опис курсу	Дисципліна «Поведінка споживача» вивчає поведінку споживачів в умовах економічного обміну, поняття, структура і сутність поведінки споживачів, фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів, фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів, поведінкова реакція покупців, процес прийняття рішень індивідуальним Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем.
Мета та завдання курсу	Метою навчальної дисципліни «Поведінка споживача» є: надання знань про напрями розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживачів і використанні цих механізмів для досягнення мети організації <i>Основними завданнями вивчення дисципліни «Поведінка споживача» є:</i> <ul style="list-style-type: none">- розглянути основні історичні етапи розвитку «Поведінки споживача» як галузі економічної психології у світі та в Україні, її методологічні основи, теоретичні та прикладні завдання;- розглянути моделі поведінки споживачів, їх зовнішні і внутрішні детермінанти, моделі прийняття рішень, а також штучні (реклама, PR, мерчандайзинг) і природні механізми (економічної соціалізації, групового впливу, комунікації) впливу на мотивацію й поведінку споживачів;- виявити специфічні особливості поведінки українських споживачів, а також різних категорій споживачів;- формування навичок планування та проведення досліджень із метою вивчення поведінки споживачів з використанням кількісних і якісних методів (опитування, фокус-групи, особистісні опитувачі, проєктивні методики, експериментальні методи);

зовнішнього впливу на поведінку споживача													
Тема 4. Чинники внутрішнього впливу на поведінку споживача.	10	2	2			6							ВОК, О, Т.
Тема 5. Процес прийняття рішень про купівлю товарів індивідуальним споживачем	12	2	2			8							ВОК, О, Т.
Тема 6. Процес прийняття рішень про закупівлю товарів індустріальним споживачем	12	2	2			8							ВОК, О, Т.
Тема 7. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача	14	2	4			8							ВОК, О, Т.
Тема 8. Напрямки дослідження поведінки споживачів.	12	2	2			8							ВОК, О, Т.
Разом	90	16	18			56							

Політика дисципліни

Форми контролю	<ul style="list-style-type: none"> ● усне та письмове опитування - О; ● ведення опорного конспекту – ВОК; ● презентації та виступи на наукових заходах – П; ● тестування – Т; ● директорська контрольна робота - ДКР ● диференційований залік – ДЗ.
-----------------------	---

1. Бойко О.В., Булавчик М.І. Мотиви поведінки споживачів на ринку сільськогосподарської продукції // Тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг». – 15-16 грудня 2017 року, м. Рівне. – С. 7-8.
2. Демченко М.В. Кількісні методи вивчення потреб та поведінки споживачів у контексті сучасних маркетингових комунікацій // Communications and Communicative Technologies. - Вип. 19. - 2019.
3. Дергоусова А.О., Сиволовська О.В. Нова парадигма споживацької поведінки в умовах пандемії // ІХ Міжнародна науково-практична конференція "Людина, суспільство, комунікативні технології". – 2021. – С. 204-206.
4. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Мкртчян О.М., Нескуба Т.В. Навчальний посібник: Маркетингові комунікації. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 236 с.
5. Маркетингові дослідження поведінки споживачів: як провести з дотриманням відстані? Бізнес вектор на дистанційку:
<https://4service.group/marketingvidoslidzhennyapovedinki-spozhivachiv-yak-provesti-z-dotrimannyam-vidstani-biznes-vektorna-distantisjku>

Допоміжна

6. Бурмака Т. М., Великих К. О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій (для студентів бакалаврату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент). Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с
7. Балук Н.Р. Конспект лекцій з дисципліни «Поведінка споживача». Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2022. 70 с.
8. Балук Н.Р. Поведінка споживачів. Дистанційний курс. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=44>.
9. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів: Навчальний посібник. – Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 200 с.

Інтернет-ресурси

10. Верховна Рада України. Офіційний вебпортал.[Електронний ресурс]. – URL: <http://portal.rada.gov.ua> (дата звернення 30.08.2024 р.)
11. Кабінет Міністрів України. Офіційний вебпортал.[Електронний ресурс]. – URL: <http://kmu.gov.ua> (дата звернення 30.08.2024 р.)
12. Інформаційно-пошукова правова система «Нормативні акти України (НАУ)». Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. –URL: <http://www.nau.ua> (дата звернення 30.08.2024 р.)
13. Berkeley Global. Каліфорнійський університет Берклі: офіційний сайт. URL: <https://cutt.ly/tVgi18X>
14. Albion Education: Columbia university. URL: <https://albioneducation.com/ua/columbia-university-ssha/>.
15. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
16. Stanford University. Стенфордський університет: офіційний сайт. URL: <https://www.stanford.edu/>.
26. University of Cambridge. Кембриджський університет: офіційний сайт. URL: <https://www.cam.ac.uk/>