



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Поведінка споживача»

Ступінь вищої освіти – Бакалавр
 Спеціальність 075 Маркетинг
 Освітня програма «Маркетинг»
 Рік навчання 4, семестр 2
 Форма навчання денна, заочна
 Кількість кредитів ЄКТС 4
 Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

к.е.н., доцент **Гераймович Віолета Леонтіївна**
 навчальний корпус № 10, кімната 401
Vita_violeta@ukr
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4350>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Завдання, цілі та опис занять: а) ознайомлення студентів зі змістом та особливостями сучасних моделей поведінки споживачів; б) вивчення факторів зовнішнього та внутрішнього впливу на поведінку споживачів; с) ознайомлення з етапами процесу прийняття рішень споживачами; д) розробка та планування маркетингових стратегій та елементів комплексу маркетингу щодо їх впливу на споживачів; е) формування вмій та навичок з проведення кількісних і якісних досліджень поведінки споживачів.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
1 семестр				
Модуль 1 Споживча поведінка та фактори, які на неї впливають				
Тема 1. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну та становлення науки	2/2	Знання знати та розуміти: 1. суть та основні моделі поведінки споживачів; 2. зовнішні та внутрішні фактори впливу на поведінку споживачів; 3. теорії мотивації та методи опису життєвого стилю;	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 2. Поняття, структура та моделі поведінки споживачів.	2/2			20
Тема 3. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів	4/4			20
Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів	4/4			20
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2. Процес прийняття рішень споживачів та поведінкова реакція				
Тема 5. Процес прийняття рішення індивідуальним споживачем	4/4	Навички – буде вміти: виявляти цільового споживача і впливати на процес прийняття рішення про покупку;	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського	15
Тема 6. Процес прийняття рішення індустріальним	2/2			15

споживачем		5. оціночні критерії та правила рішень при покупці; 6. розробляти моделі поведінки споживачів, заходів впливу на їх поведінку та проводити оцінку ефективності;	заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	
Тема 7. Поведінкова реакція споживачів	4/4	7. виявляти цільового споживача і впливати на процес прийняття рішення про покупку; 8. Уміло користуватися		20
Тема 8. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів	4/4			20
Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2				100
Модуль 3. Особливості маркетингових досліджень поведінки споживачів				
Тема 9. Кількісні дослідження поведінки споживачів	2/2	9. розробляти маркетингові засоби психологічного впливу на поведінку споживачів; 10. застосовувати кількісні та якісні методи дослідження поведінки споживачів.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в	35
Тема 10. Якісні дослідження поведінки споживачів	2/2			35
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Всього за навчальну роботу	0,7 · (R_{зм 1} + R_{зм 2}) R_{нр} = ----- 2			70
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс	R_{дис} = R_{нр} + R_{ат}			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	Екзаменів	Заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	не зараховано