



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА»

**1. Код:** ПП11;

**2. Назва:** Поведінка споживача.

**3. Тип:** обов'язковий.

**4. Рівень вищої освіти:** I (бакалаврський).

**5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** 3.

**6. Семестр, коли вивчається дисципліна:** 6.

**7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** 4.

**8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** Гонтаренко Н.А., канд. екон. наук, доцент

**9. Результати навчання. Після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:**

- проводити самостійні дослідження поведінки споживачів;
- аналізувати поведінку споживачів та вплив факторів, що її обумовлюють;
- розробляти та реалізовувати комплексні маркетингові програми, спрямовані на корегування споживчої поведінки;
- обирати найбільш привабливих для подальшої співпраці клієнтів на довгостроковій і короткостроковій основі;
- визначати коло стратегічних партнерів та розробляти заходи щодо формування з ними довгострокових партнерських відносин;
- готувати пропозиції про ділову співпрацю зі споживачами (індивідуальними, корпоративними).

**10. Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

**11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:**

«Маркетинг», «Маркетингові дослідження».

**Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** немає необхідності.

**12. Зміст курсу: (перелік тем)**

Поведінка споживача в умовах економічного обміну. Поняття, структура і сутність поведінки споживачів. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем. Процес прийняття рішення індустріальним споживачем. Поведінкова реакція покупців. Розвиток системного підходу в організації ринкових взаємодій за принципами маркетингу. Маркетингові стратегії та інструменти впливу на поведінку споживачів. Ефективність організації ринкових взаємодій і маркетингу.

**13. Рекомендовані навчальні видання: (зазначити до 5 джерел)**

1. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник/ За заг. ред. д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.
2. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
3. Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д.; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.
4. Окландер М. А. Поведінка споживача. [текст] : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 208 с.
5. Шафалюк О. К. Поведінка споживачів: Курс лекцій. — К.: КНЕУ, 2003 — 68 с.

**14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

22 год. лекцій, 20 год. практичних робіт, 78 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження рольових ігор, кейс-методи, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів..

**15. Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

**16. Мова викладання:** українська, англійська.



- 1. Code:** *ППП11*;
- 2. Title:** *Behavior of the consumer.*
- 3. Type:** *compulsory.*
- 4. Higher education level:** *the first (Bachelor's degree).*
- 5. Year of study when the discipline is offered:** *3.*
- 6. Semester when the discipline is studied:** *6.*
- 7. Number of established ECTS credits:** *4.*
- 8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position:** *Hontarenko N.A., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer*
- 9. Results of studies. After studying this discipline student should know how to:**
  - *conduct independent studies of consumer behavior;*
  - *analyze consumer behavior and the impact of factors that determine it;*
  - *develop and implement integrated marketing programs aimed at correcting consumer behavior;*
  - *choose the most attractive for further cooperation of clients on a long-term and short-term basis;*
  - *define the range of strategic partners and develop measures for the formation of long-term partnerships with them;*
  - *to prepare proposals for business cooperation with consumers (individual, corporate).*
- 10. Forms of organizing classes:** *training classes, independent work, practical training and current modular control.*
- 11. Disciplines preceding the study of the specified discipline:**  
*"Marketing", "Marketing research".*
- Disciplines studied concurrently with the specified discipline (if necessary):**  
*It is not necessary.*
- 12. Course contents:** *(list of subjects)*  
*Consumer behavior in the context of economic exchange. The concept, structure and essence of consumer behavior. Factors of external influence on consumer behavior. Factors of internal influence on consumer behavior. The decision-making process is an individual consumer. The process of making a decision by the industrial consumer. Behavioral reaction of buyers. Development of a systematic approach in the organization of market interactions on the principles of marketing. Marketing strategies and tools for influencing consumer behavior. The effectiveness of organizing market interactions and marketing.*
- 13. Recommended educational publications:** *(specify up to 5 sources)*
  - 1. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник/ За заг. ред.д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.*
  - 2. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.*
  - 3. Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.*
  - 4. Окландер М. А. Поведінка споживача. [текст] : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 208 с.*
  - 5. Шафалюк О. К. Поведінка споживачів: Курс лекцій. — К.: КНЕУ, 2003 — 68 с.*
- 14. Planned types of educational activities and teaching methods:**  
*22 hours of lectures, 20 hours of practical training, 78 hours of independent work. Total: 120 hours.*  
*Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of role-playing games, case methods, individual and group tasks for scientific research, use of the multimedia means.*
- 15. Forms and criteria of evaluation:**  
*Evaluation is performed in accordance with the one hundred point scale.*  
*Current control (100 points): written and oral tests.*
- 16. Language of teaching:** *Ukrainian, English.*