

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

**06-05-238S**

<b>СИЛАБУС SYLLABUS</b>	<b>Consumer behavior analytics</b>	
Шифр за ОП Code in Degree Programme	<b>ФП20.2</b>	
Освітній рівень Level of Education	<b>Бакалаврський (перший) Bachelor's (first)</b>	
Галузь знань Field of Knowledge	<b>05</b>	<b>Соціальні і поведінкові науки Social and behavioral sciences</b>
Спеціальність Field of Study	<b>051</b>	<b>Економіка Economics</b>
Освітня програма Degree Programme	<b>Бізнес-аналітика Business analytics</b>	

РІВНЕ – 2024

Силабус навчальної дисципліни «**Аналітика поведінки споживачів**» для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка». Рівне. НУВГП. 2024. 10 стор.

ОПП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/26521>

Розробник силабусу: *Костюкевич А.М., кандидат економічних наук, доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва*

Силабус схвалений на засіданні кафедри  
Протокол № 3 від "14" жовтня 2024 року

Завідувач кафедри: *Міщук Галина Юріївна, доктор економічних наук, професор.*

Керівник освітньої програми: *Рощик Ірина Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва.*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ  
Протокол № 2 від "17" жовтня 2024 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ: *Ковшун Наталія  
Едуардівна, доктор економічних наук, професор, директор ННІЕМ.*

© НУВГП, 2024

<b>ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>	
<b>ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ</b>	
Ступінь вищої освіти	<i>Бакалавр</i>
Освітня програма	<i>Бізнес-аналітика</i>
Спеціальність	<i>051 «Економіка».</i>
Рік навчання, семестр	<i>денна – 2 курс 4 семестр, заочна – 2 курс 3 семестр</i>
Кількість кредитів	<i>4</i>
Лекції:	<i>20/6</i>
Практичні заняття:	<i>22/6</i>
Самостійна робота:	<i>78/108</i>
Курсова робота:	<i>ні</i>
Форма навчання	<i>денна/ заочна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>залік</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА</b>	
<b>ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА</b>	

<p>Лектор</p> 	<p><i>Костюкевич Аліна Миколаївна доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва, к. е. н., доцент, менеджер проєктів ГО «Регіональний центр євроінтеграційних проєктів»</i></p>
<p>Вікіситет</p>	<p><a href="http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Костюкевич_Аліна_Миколаївна">http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Костюкевич Аліна Миколаївна</a></p>
<p>ORCID</p>	<p><a href="http://orcid.org/0000-0002-9930-9731">http://orcid.org/0000-0002-9930-9731</a></p>
<p>КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЇ</p>	<p><a href="mailto:a.m.kostiukevych@nuwm.edu.ua">a.m.kostiukevych@nuwm.edu.ua</a> +38068-022-0711 Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE</p>
<p><b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ</b></p>	
<p><b>МЕТА ТА ЗАВДАННЯ</b></p>	
<p>Метою вивчення дисципліни є формування у студентів базових знань та практичних навичок про поведінку споживача. Завданнями навчальної дисципліни є ознайомлення з основними поняттями, категоріями, системами та принципами поведінки споживачів, аналізом складу і напрямів дії зовнішніх та внутрішніх чинників поведінки споживачів, можливостей їх використання в маркетинговій діяльності, набуття навичок роботи зі споживачами та управління їхньою поведінкою. Навчальний процес побудований із використанням різних видів навчальної роботи та передбачає колективне дослідження типів споживачів, особливості їх впливу на купівельну поведінку.</p>	
<p><b>ПОСИЛАННЯ НА РОЗМІЩЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ НА НАВЧАЛЬНІЙ ПЛАТФОРМІ MOODLE ТА НА ПЛАТФОРМІ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ ТА ЇХНІХ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ</b> <a href="https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=6742">https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=6742</a></p>	
<p><b>ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ (МІСЦЕ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ В СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНІЙ СХЕМІ)</b></p>	
<p>Для вивчення навчальної дисципліни доцільно засвоїти навчальний матеріал з дисциплін: ЗП10 Підприємницька діяльність ЗП11 Основи психології ЗП17 Маркетинг ФП12 Організація власного бізнесу</p>	
<p><b>КОМПЕТЕНТНОСТІ</b></p>	

**ІК.** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

**ЗК4.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**ЗК8.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**СК8.** Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудоу відносин.

**СК12.** Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

#### **ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

**ПРН-12.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

**ПРН-21.** Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

**ПРН-26.** Використовувати інструментарій фінансово-інвестиційної, грошово-кредитної, маркетингової та облікової діяльності як складових економічної політики.

#### **СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА**

Зазначено нижче в таблиці

#### **ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання: – лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом.

На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення;

– проводиться дискусійне обговорення проблемних питань;

– задаються провокаційні питання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

При викладанні освітнього компонента для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в мікрогрупах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод "переваги та недоліки", ділові ігри

#### **ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ, ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Технічні засоби навчання: мультимедійне обладнання, ноутбук;

-програмне забезпечення: MS Windows, доступ до Інтернет;

-програмне забезпечення: навчальна платформа Moodle.

## ПОРЯДОК ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Бали нараховуються за виконання практичних завдань, самостійної роботи, участь у форумах. Кількість балів за виконання кожного завдання наведена у таблиці «Бюджет часу навчальної дисципліни за формами навчання».

Студенти можуть виконувати альтернативні завдання, які забезпечуватимуть досягнення встановлених результатів навчання, за попереднім погодженням з викладачем.

Критерії оцінювання встановлюються окремо до кожного навчального завдання. При оцінюванні результатів роботи враховується:

- повнота і якість виконання завдання (не менше 60% балів, виділених на завдання);

- вчасність виконання завдання (до 40% балів за завдання).

За кожним змістовим модулем проводиться по одному модульному контролю. Модульні контролю проводяться у тестовій формі на платформі <https://exam.nuwm.edu.ua/> відповідно до графіка навчального процесу.

Модульний контроль вважається складеним, якщо студент отримав не менше 60% балів.

Порядок проведення поточних і семестрових контролів та інші документи, пов'язані з організацією оцінювання та порядок подання апеляцій наведений на сторінці Навчально-наукового центру незалежного оцінювання за посиланням - <https://nuwm.edu.ua/struktorni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
2. Виноградова О.В. Поведінка споживачів. Практикум. Навчальний посібник. Київ: ДУТ. 2020. 78 с.
3. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживачів: навч. посіб. Київ: Видавничий центр «Академія», 2020. 284с.
4. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.

### Допоміжна

1. Проскурніна В.Н., Бестужева С.В., Козуб В.О. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. Економіка та суспільство, 2022. Вип. 36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1149/1107>
2. Даниленко В.І., Калюжна Ю.П. О Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. Управління поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 186. Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 35 -39. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1287/1239>

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТ

1. База маркетингової інформації. Аналіз ринків. Огляд ринків. URL: <http://marketing.vc/>
2. Маркетингові дослідження поведінки споживачів: як провести з дотриманням відстані? Бізнес вектор на дистанційку: <https://4service.group/marketingovidoslidzhennyapovedinki-spozvivachiv-yak-provesti-z-dotrimannyam-vidstani-biznes-vektorna-distantsijku>
3. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>

## ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

### ПЕРЕЛІК СОЦІАЛЬНИХ, «М'ЯКИХ» НАВИЧОК (SOFT SKILLS)

Аналітичні навички, формування власної думки, здатність логічно обґрунтовувати свою позицію, здатність до комплексного вирішення проблеми, здатність оцінювати ризики та приймати рішення, управлінські якості, навички підприємливості та інші.

## ДЕДЛАЙНИ ТА ПЕРЕСКЛАДАННЯ

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем.

### НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Студенти мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного положення <http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>. Також студенти можуть самостійно на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших опановувати матеріал для перезарахування результатів навчання. При цьому знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, повинні мати зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни/освітньої програми.

#### **Перелік пропонованих онлайн-курсів на Prometheus:**

1. Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності  
[https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MARKETING101+2015\\_T2](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MARKETING101+2015_T2)
2. Цифрові медіа та основи маркетингу  
[https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Illinois+DMMP101+2023\\_T3](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Illinois+DMMP101+2023_T3)
3. Цифрові медіа та маркетингові стратегії  
[https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Illinois+DMMS101+2023\\_T3](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Illinois+DMMS101+2023_T3)

### ПРАВИЛА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість. За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності. Документи з Академічної доброчесності викладені сайті університету <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті, та якими вони мають керуватися у своїй діяльності: <http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Кодекс%20честі%20студентів%20зах.pdf>.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП: Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.

Сайт НАЗЯВО: <https://naga.gov.ua/>

Відділ якості освіти НУВГП: <https://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdili/vyo>

### ВИМОГИ ДО ВІДВІДУВАННЯ

Лекції і практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу. Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу. Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

## СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У РОЗРІЗІ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

	ПРН-12	ПРН-21	ПРН-26
<b>Змістовий модуль 1. Аналітика поведінки споживачів в умовах економічного обміну</b>			
<b>Тема 1. Поведінка споживачів в системі маркетингу</b>		+	+
<i>1.1. Споживач в системі маркетингу</i>			
<i>1.2. Сутність купівельної поведінки споживача та її різновиди</i>			
<i>1.3. Розвиток теорії поведінки споживача</i>			
<b>Тема 2. Аналіз факторів зовнішнього впливу на поведінку споживачів</b>	+		
<i>2.1. Аналіз факторів зовнішнього впливу на поведінку індивідуального споживача</i>			
<i>2.2. Аналіз факторів зовнішнього впливу на поведінку індустріального споживача</i>			
<b>Тема 3. Аналіз факторів внутрішнього впливу на поведінку споживача</b>	+		
<i>3.1. Аналіз факторів внутрішнього впливу на поведінку індивідуального споживача</i>			
<i>3.2. Аналіз факторів внутрішнього впливу на поведінку індустріального споживача</i>			
<b>Тема 4. Поведінкова реакція споживачів</b>		+	
<i>4.1. Методики модифікації поведінки споживачів</i>			
<i>4.2. Модель інформаційного процесу споживача</i>			
<i>4.3. Моделі ставлення споживачів до торгової марки</i>			
<b>Змістовий модуль 2. Дослідження процесу прийняття рішень споживачем</b>			
<b>Тема 5. Процес прийняття рішень про купівлю товарів індивідуальним споживачем</b>		+	
<i>5.1. Аналіз стадій прийняття рішень про купівлю товарів</i>			
<i>5.2. Аналіз моделей поведінки споживачів</i>			
<b>Тема 6. Процес прийняття рішення про закупівлю товарів індустріальним споживачем</b>	+		
<i>6.1. Етапи прийняття рішення про закупівлю</i>			
<i>6.2. Моделі організаційної споживчої поведінки</i>			
<b>Тема 7. Аналіз маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача</b>	+	+	+
<i>7.1. Поняття та склад маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача</i>			
<i>7.2. Характеристика маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача</i>			
<b>Тема 8. Кількісні дослідження поведінки споживачів</b>		+	
<i>8.1. Загальна характеристика кількісних методів дослідження</i>			
<i>8.2. Джерела інформації, що використовується при проведенні кількісних методів дослідження поведінки споживачів</i>			
<i>8.3. Методи проведення кількісних досліджень поведінки споживачів</i>			
<b>Тема 9. Якісні дослідження поведінки споживачів</b>		+	
<i>9.1. Загальна характеристика якісних досліджень поведінки споживачів</i>			
<i>9.2. Різновиди якісних досліджень поведінки споживачів</i>			

<b>Тема 10. Напрями дослідження поведінки споживачів</b>	+		+
<b>10.1. Завдання, основні напрями дослідження поведінки споживачів та принципи їх проведення</b>			
<b>10.2. Дослідження складу покупців</b>			
<b>10.3. Дослідження ставлення споживачів</b>			
<b>10.4. Дослідження намірів споживачів</b>			
<b>10.5. Дослідження споживчих переваг у процесі прийняття рішення про купівлю товару</b>			
<b>Самооцінювання</b> набутих компетентностей, зворотний зв'язок			

### Бюджет часу навчальної дисципліни за формами навчання

Темати	Денна форма навчання					Заочна форма навчання				
	Обсяг, год.				Балів	Обсяг, год.				Балів
	Всього	В тому числі				Всього	В тому числі			
Лекції		Прак-тичні	Самост. роб.	Лекції	Прак-тичні		Самост. роб.			
<b>Змістовий модуль 1. Аналітика поведінки споживачів в умовах економічного обміну</b>	31	4	6	21	12	33	1,5	1,5	30	12
<b>Тема 1. Поведінка споживачів в системі маркетингу</b>	11	2	2	7	4	11	0,5	0,5	10	4
<b>Тема 2. Аналіз факторів зовнішнього впливу на поведінку споживачів</b>	10	1	2	7	4	11	0,5	0,5	10	4
<b>Тема 3. Аналіз факторів внутрішнього впливу на поведінку споживача</b>	10	1	2	7	4	11	0,5	0,5	10	4
<b>Тема 4. Поведінкова реакція споживачів</b>	33	6	6	21	18	33,5	2	1,5	30	18
<b>Змістовий модуль 2. Дослідження процесу прийняття рішень споживачем</b>	11	2	2	7	6	11,5	1	0,5	10	6
<b>Тема 5. Процес прийняття рішень про купівлю товарів індивідуальним споживачем</b>	11	2	2	7	6	11	0,5	0,5	10	6
<b>Модульний контроль 1</b>					20					



<b>Тема 6. Процес прийняття рішення про закупівлю товарів індустріальним споживачем</b>	11	2	2	7	6	11	0,5	0,5	10	6
<b>Тема 7. Аналіз маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача</b>	11	2	2	7	6	10,5	0,5	1	9	6
<b>Тема 8. Кількісні дослідження поведінки споживачів</b>	12	2	2	8	6	10	0,5	0,5	9	6
<b>Тема 9. Якісні дослідження поведінки споживачів</b>	11	2	2	7	6	11	0,5	0,5	10	6
<b>Тема 10. Напрями дослідження поведінки споживачів</b>	11	2	2	7	6	11	0,5	0,5	10	6
<b>Модульний контроль 2</b>					20					
<b>Підсумковий модуль для студентів заочної форми</b>										40
<b>Всього</b>	<b>120</b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>78</b>	<b>100</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

Лектор *Костюкевич А.М.*, кандидат економічних наук, доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва

Автор  
Доцент

Аліна КОСТЮКЕВИЧ

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП  
Номер документа СИЛ №1316  
Підписувач Сорока Валерій Степанович  
Підписувач (дані КЕП):  
Сертифікат 3FAA9288358EC003040000009B6C3700C8C2C100