



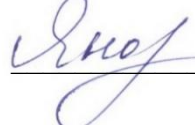
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МАРКЕТИНГУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ


СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Поведінка споживача

Затверджено:

Протокол засідання кафедри економіки,
маркетингу та бізнес-адміністрування
№ 1 від 29 серпня 2022 р.

Завідувач кафедри ЕМБА

 В.П. Яновська

| | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Викладач | Накалюжна Аліна Олегівна Старший викладач |  |
| Посилання профіль викладача на сайті ДУІТ | Накалюжна Аліна Олегівна - ДУІТ | |
| E-mail | alina27073101@ukr.net | |
| Факультет, Кафедра | Факультет Управління і технологій Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 телефон: +38095-837-60-12 | |
| Консультації | Кожен понеділок та четвер з 12 до 14 м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 або за ZOOM посилання | |
| | | |
| Офіційна назва освітньої програми | Економіка | |
| Рівень вищої освіти | перший (бакалаврський) | |
| Галузь знань, | 05 «Соціальні та поведінкові науки» | |

| | |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| спеціальність | 051 «Економіка» |
| Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова) | Цикл дисциплін професійної підготовки, вибіркова |
| Курс/ Семестр викладання | 3/7 |
| Обсяг дисципліни | 4 кредити ECTS / 120 загальна кількість годин |
| Види та кількість аудиторних занять | Лекції – 24 годин / 8 годин Практичні заняття – 20 години / 4 години |
| Локація та матеріально- технічне забезпечення | Аудиторія згідно з розкладом. Мультимедійний проєктор, мережа Інтернет. |
| Мова викладання | Українська |
| | |
| Мета вивчення дисципліни | Метою викладання навчальної дисципліни «Поведінка споживача» є набуття теоретичних знань та практичних навичок проведення ефективної маркетингової товарної політики задля результативного управління підприємством, проведення досліджень ринку, аналізу і використанню цих досліджень для оптимізації стратегії управління підприємством, проектування послуг, підвищення ефективності управління плануванням і розробленням продукту, товарної марки. |
| Інтегральна компетентність | 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. |
| Спеціальні (фахові) компетентності | СК1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях. СК2. Здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними та правовими актами. СК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію. СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх |

| | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | вирішення. |
| Програмні результати навчання | <p>РН4. Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем.</p> <p>РН5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, підприємствами, домогосподарствами та органами державної влади).</p> <p>РН9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.</p> <p>РН12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.</p> |

ЧОМУ ВАЖЛИВИЙ КУРС

Основними завданнями вивчення дисципліни «Поведінка споживача» є формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції управління, аналізу сучасному стану ринку, перспективного бачення розвитку пріоритетних напрямів національної економіки, виявлення існуючих потреб споживачів послуг, їх задоволення, а також забезпечення виконання місій підприємства на ринку. Під час вивчення курсу студенти зможуть вивчити:

- основні поняття, структуру і сутність поведінки споживача;
- основні підходи до аналізу чинників зовнішнього та внутрішнього впливу на поведінку споживача;
- принципи сегментації ринків;
- маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів.

Студенти зможуть:

- - якісно досліджувати поведінки споживачів;
- - розуміти умови задоволення потреб споживачів;
- - знати класифікацію ринків, визначати обсяги ринку.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Змістовий модуль 1 «Поведінка покупця на споживчому ринку».

Тема 1. Поведінка споживача в умовах економічного обміну.

Сутність поняття «поведінка споживача». Об'єкт і предмет теорії поведінки споживача. Чинники поведінки споживачів. Споживчий попит. Теорії мотивації в психології.

Тема 2. Властивості товару.

Поняття атрибуту товару. Кількісний або якісний виміри кількісний атрибутів товарів. Параметричний метод оцінки товарів-конкурентів. Концепція трьох рівнів товару. Метод сумісного аналізу.

Тема 3. Поняття, структура і сутність поведінки споживача.

Класифікації потреб. Нужди і потреби. «Помилкові» і «реальні» потреби. Абсолютні і відносні потреби. Родові і похідні потреби. Мотивація індивідуального споживача. Пошук комфорту і запобігання дискомфорту. Пошук стимуляції. Сутність споживчого ринку. Характеристика покупця на споживчому ринку.

Тема 4. Чинники зовнішнього та внутрішнього впливу на поведінку споживача.

Культурні чинники. Соціальні чинники. Особисті чинники. Психологічні чинники. Ситуаційні чинники. Вік, стать, етап життєвого циклу сім'ї. Рід занять, спосіб життя, економічне становище.

ТЕМА 5. Прийняття рішень індивідуальним споживачем.

Алгоритми процесу покупки існуючих і нових товарів. Процес усвідомлення потреби за ступенем розбіжності. Параметри пошуку інформації. Варіанти розмаху пошуку інформації в залежності від процесу прийняття рішення. Види джерел інформації, пов'язаних з пошуком інформації. Підходи споживача до пошуку інформації. Моделі споживчих рішень. Рішення про покупку.

Змістовий модуль 2 «Поведінкова реакція споживачем. Аналіз ринкових взаємодій за принципами маркетингу» .

ТЕМА 6. Реакції на спонукальні чинники маркетингу.

Пізнавальна реакція. Емоційна реакція. Мультиатрибутивна модель товару. Матриця «помітність атрибуту/значущість атрибуту». Матриця поведінкової реакції споживача за ознаками ступінь залученості споживача до купівлі / відмінності між торговими марками. Вплив спонукальних чинників маркетингу. Аналіз купівельних звичок за складовими поведінки споживача.

ТЕМА 7. Процес прийняття рішення індустріальним споживачем.

Особливості і чинники поведінки споживача на ринку товарів промислового призначення. Ринок товарів промислового призначення. Характеристика покупця на ринку товарів промислового призначення. Процес ухвалення рішення про закупівлю та визначення потреби в товарах промислового призначення. Планування закупівель на ринку товарів промислового призначення. Кількісна оцінка діяльності постачальників. Укладання договору на постачання. Вибір форми постачання.

ТЕМА 8. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів.

Вплив маркетингової комунікації на поведінку споживачів. Вплив товарної політики на поведінку споживачів. Фактори впливу на споживача при виборі ним точки роздрібної торгівлі. Вплив цінової політики на поведінку споживачів.

ТЕМА 9. Якісні дослідження поведінки споживачів.

Загальна характеристика якісних досліджень. Цілі проведення якісних досліджень. Етапи дослідження мотивації споживачів. Методи і методики проведення якісних досліджень. Фокус-група. Глибинне інтерв'ю. Спостереження. Методики конструювання. Експресивні методики.

ТЕМА 10. Консьюмеризм.

Сутність консьюмеризму і основні права споживачів. Право споживачів на безпеку. Право споживачів на інформованість. Право споживачів на вибір. Право споживачів бути вислуханим. Права споживачів в Україні. **Система захисту прав споживачів в Україні.** Закон України «Про захист прав споживачів».

Практичні заняття курсу передбачають проведення практичних занять, розв'язання задач, виступи та презентації з тематики дисципліни.

ОЦІНЮВАННЯ

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Форми поточного та підсумкового контролю | Поточний контроль – 80 балів Підсумковий контроль – (іспит) – 20 балів |
| КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ | |
| Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та балів, набраних на підсумковому контролі (іспит). | |
| Підсумкові бали = навчальної дисципліни | Загальна кількість балів (перед підсумковим контролем) + Кількість балів за підсумковим контролем |

Відвідування лекцій:

За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. Максимальна сума становить 10 балів.

Практичні заняття:

Оцінюються за виконанням аналітичних досліджень, розрахункових та інших завдань та активністю здобувачів вищої освіти на заняттях, їх відповідями, доповідями та ступенем залученості у дискусії (до 12 балів за практичну роботу в цілому, 6 бали за практичне заняття). Максимальна сума становить 60 балів.

Самостійна робота

Написання та захист на практичному занятті реферату (тематика погоджується із викладачем курсу) у вигляді доповіді та/або презентації оцінюються до 10 балів.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни та пройшовши процедуру визнання згідно [Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#).

| ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Оцінка в балах | Оцінка за національною шкалою | Оцінка за шкалою ECTS | |
| | | Оцінка | Пояснення |
| 90-100 | Відмінно («зараховано») | A | «Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з |

| | | | |
|-------|--------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | однією незначною помилкою. |
| 82-89 | Добре («зараховано») | В | «Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками. |
| 75-81 | | С | «Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками. |
| 64-74 | Задовільно («зараховано») | Д | «Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками. |
| 60-63 | | Е | «Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки. |
| 35-59 | Незадовільно («не зараховано») | FX | «Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки. |
| 1-34 | | F | «Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки. |

ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Методичне забезпечення:

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
2. Силабус навчальної дисципліни.
3. Конспект лекцій.
4. Посилання на Google Classroom «Поведінка споживача».
5. [Електронні ресурси бібліотеки ДУІТ](#).

Список рекомендованої літератури

1. Поведінка споживача: навчальний посібник / М.А. Окландер, І.О. Жарська. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 238 с.

2. Consumer behavior: A European Perspective Michael Solomon Gary Bamossy Søren Askegaard Margaret K. Hogg, 2020. – 731 с.
<https://books.mec.biz/tmp/books/NXHQRTHBQ2L87NIU6YVN.pdf>
3. Белявцев М. І. Маркетинг : навч. посібник. / М.І. Белявцев, Л.М. Іваненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
4. Владимирська А.О. Реклама : навч. посіб. / А.О. Владимирська, П.О.Владимирський. – К.: Кондор, 2006. – 334 с.
5. Маркетинг: бакалаврський курс : навч. посіб. / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2004. - 976 с.
6. Про захист прав споживачів: Закон України у новій редакції від 1 грудня 2005 р. № 3161-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. - № 7.
7. Інформаційні ресурси: Кабінет міністрів України – www.kmu.gov.ua, Верховна Рада України – www.rada.gov.ua, Національний банк України – www.bank.gov.ua, Державний комітет статистики – www.ukr.stat.gov.ua, Національний банк України – www.bank.gov.ua, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського – <http://www.nbuv.gov.ua>

Додаткова інформація

Детальнішу інформацію щодо методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи та повного списку літератури наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни

Щодо академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів ДУІТ:

[Кодекс академічної доброчесності Державного університету інфраструктури та технологій](#)

[Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Державному університеті та технологій](#)

[Положення про Комісію з академічної доброчесності у ДУІТ та Комісію з етики та управління конфліктами у сфері академічної доброчесності у ДУІТ](#)

Порушення [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#) є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним.

Списування під час контрольних заходів заборонені.

Усі письмові роботи, виконані в електронному вигляді (реферати), перевіряються на наявність плагіату згідно з [Положенням про порядок перевірки навчальних, кваліфікаційних, науково-методичних наукових та інших робіт на наявність ознак академічного плагіату у ДУІТ](#). У випадках виявлення порушення – реагування відповідно до [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#).

Щодо відвідування

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік) навчання може відбуватися в онлайн (або змішаній) формі за погодженням із деканом факультету.

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «[Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#)».