



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Поведінка споживача»

(назва навчальної дисципліни)

Ступінь вищої освіти: *Бакалавр*

Спеціальність: *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма: *Маркетинг; Digital маркетинг*

Викладач: *Брайко Марина Герольдівна, старший викладач каф. Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Кафедра: *Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Профайл викладача:

Контактна інформація:

тел: +380976822647

e-mail: marina.g.braiko@gmail.com

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *обов'язкова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної форми навчання на 2 курсі у 4 семестрі та для студентів заочної форми навчання на 3 курсі у 6 семестрі.

Кількість кредитів ECTS - 5, годин - 150

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	60	30	-	30
заочна	20	10	-	10
Самостійна робота, годин	Денна – 90		Заочна – 130	
Форма підсумкового контролю	іспит		іспит	

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

У ринкових умовах без знання поведінки споживачів неможливо ефективно працювати на ринку. Саме ті підприємства, які зуміють дослідити особливості поведінки споживачів, а також вплинути на їхню поведінку, чи, принаймні, врахувати її особливості в своїй діяльності, зможуть утримати чи розширити обсяги збуту продукції та прибутки.

Матеріали курсу представляють сучасні концепції, методи та інструменти оптимізації і модифікації параметрів поведінки споживачів, з урахуванням специфіки та впливовості зовнішніх і внутрішніх її чинників, особливостей процесів прийняття закупівельних рішень споживачами.

3. Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни «Поведінка споживача»: формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань з поведінки споживачів, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку та збагачення прийомів та методів досліджень поведінки споживачів.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Поведінка споживача» є визначення проблем та можливостей споживачів; визначення релевантних концепцій поведінки споживачів та виявлення їх застосування для подолання проблеми; збирання інформації та трансформація моделей поведінки у відповідні маркетингові стратегії.

Згідно з вимогами освітньої програми в результаті вивчення дисципліни «Поведінка споживача» студент повинен:

Знати: основні поняття, категорії та маркетингові моделі досліджень поведінки споживачів; сутність факторів біологічної і соціокультурної детермінації поведінки споживачів і механізми їх впливу; механізми внутрішньої детермінації поведінки споживачів; алгоритми процесів прийняття рішень купівлі споживачами; специфіку процесів прийняття рішень купівлі індустріальними споживачами; структуру та шляхи модифікації поведінкової реакції покупців.

