

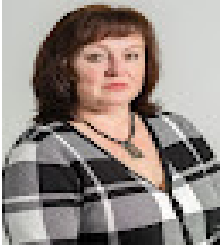


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики

Поведінка споживача

<p>Викладач</p> 	<p>Лілія Коваль, кандидат економічних наук., доцент. кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики kovalla@kntu.kr.ua +38(050) 656 55 05</p>
<p>Обсяг та ознаки дисципліни</p>	<p>Нормативна дисципліна. Форма контролю: екзамен. Загальна кількість кредитів – 5, годин – 150, у т.ч. лекції – 28 годин, практичні заняття – 28 годин, самостійна робота – 64 годин. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2022.</p>

Мета дисципліни.

Надання знань про напрями розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживачів і використанні цих механізмів для досягнення мети організації.

Завдання:

Основними завданнями дисципліни «Поведінка споживача», що мають бути вирішені у процесі викладання дисципліни, є наступні:

- розглянути основні історичні етапи розвитку «Поведінки споживача» як галузі економічної психології у світі та в Україні, її методологічні основи, теоретичні та прикладні завдання;
- розглянути моделі поведінки споживачів, їх зовнішні і внутрішні детермінанти, моделі прийняття рішень, а також штучні (реклама, PR, мерчандайзинг) і природні механізми (економічної соціалізації, групового впливу, комунікації) впливу на мотивацію й поведінку споживачів;
- виявити специфічні особливості поведінки українських споживачів, а також різних категорій споживачів; - формування навичок планування та проведення досліджень із метою вивчення поведінки споживачів з використанням кількісних і якісних методів (опитування, фокус-групи, особистісні опитувачі, проективні методики, експериментальні методи);
- діагностика та розвиток у студентів професійно необхідних навичок і вмінь необхідних для впливу на поведінку споживача через різноманітні маркетингові інструменти.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Поведінка споживачів і маркетинг

Тема 2. Загальна модель поведінки споживача

Тема 3. Еволюція теорії поведінки споживачів

Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів

Тема 5. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів

Тема 6. Споживчі та промислові ринки та купівельне поведіння

Тема 7. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем

Тема 8. Процес прийняття рішень індустріальним споживачем

Тема 9 Поведінкова реакція покупців

Тема 10. Мотивація і модель поведінки споживачів

Тема 11. Методи дослідження мотивації і самосприйняття

Тема 12. Дослідження поведінки споживачів

Список рекомендованих джерел

1. Кожухівська, Р. Б. Поведінка споживачів: навч. пос. /Р. Б. Кожухівська, Л. В. Транченко. - Умань : ФОП Жовтий О. О., 2016. – 362 с.
2. Ларіна Я.С. Поведінка споживача: навч. пос. /Я. С. Ларіна, А. В. Рябчик; – к.: Академія, 2016. – 224 с.
3. Маркетинг : Навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С.

М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська - Київ «Наш час» , 2007.- 504 с.

4. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача: навч. посібник [Електронний ресурс]. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.

5. Косар Н. С. Маркетингові дослідження: Підручник / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с

6. Прокопенко О.В. Троян М.Ю. Поведінка споживачів: навч. пос.– К: Центр учбової літератури, 2008.– 176 с.

7. Городняк І., Федорончук О. Вплив товарної політики підприємств на споживчу поведінку домогосподарств в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. Одеса, 2018. Вип. 29. С. 19–22.

8. Про захист прав споживачів: Закон України від 1991 р., № 30, ст. 379 [Електронний ресурс] // Верховна рада України. – Офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.