



**Силабус навчальної дисципліни
«Поведінка споживача»**

| | |
|--|--|
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Освітня програма | Маркетинг |
| Освітній рівень | Перший (бакалаврський) |
| Статус дисципліни | Обов'язкова |
| Мова викладання | Українська |
| Курс / семестр | 2 рік, 4 семестр |
| Кількість кредитів ЄКТС | 5 |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Самостійна робота – 102 год. |
| Форма підсумкового контролю | Екзамен |
| Кафедра | Маркетингу, 61116, м. Харків, пр. Науки 9-а, ХНЕУ С.Кузнеця, Корпус 1, ауд 413 Тел: 702-02-65 (3-66) Сайт http://www.dom.hneu.edu.ua/ |
| Викладач (-і) | Дагли Ірина Ігорівна, к.е.н, викладач кафедри маркетингу |
| Контактна інформація викладача (-ів) | dagliirina@ukr.net, +380993682408 |
| Дні занять | Згідно діючого розкладу занять |
| Консультації | очні / дистанційні; відповідно до графіку / за домовленістю з ініціативи здобувача; індивідуальні / групові |

Мета навчальної дисципліни є надання знань про напрями розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживачів і використанні цих механізмів для досягнення мети організації

Передумови для навчання

Вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши більшість навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів. Теоретико-методологічною базою вивчення цієї дисципліни є такі навчальні дисципліни, як: "Мікроекономіка", "Макроекономіка", "Маркетинг", "Менеджмент", "Соціологія".

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Поведінка споживачів в умовах економічного обміну

Тема 1. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну Маркетинг і споживач. Тема 2. . Поняття, структура і сутність поведінки споживачів. Тема 3. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів. Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів. Тема 5. Поведінкова реакція покупців.

Змістовий модуль 2 Дослідження процесу прийняття рішень споживачем

Тема 6. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем. Тема 7. Процес прийняття рішення індустріальним споживачем . Тема 8. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів. Тема 9. Кількісні дослідження поведінки споживачів . Тема 10. Якісні дослідження поведінки споживачів

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійне обладнання для проведення лекційних занять. Лабораторні заняття проводяться в аудиторіях, оснащених сучасним комп'ютерним обладнанням, з використанням пакету MS Office



**Сторінка курсу на платформі Moodle
(персональна навчальна система)**

Робоча програма навчальної дисципліни, технологічна карта (робочий план), силабус, нормативно-правове забезпечення; в кожній секції курсу: матеріали лекцій, методичні рекомендації до практичних робіт, тощо. Розміщені на сторінці курсу на платформі Moodle за посиланням:

<https://pns.hneu.edu.ua/enrol/index.php?id=3249>

Система оцінювання результатів навчання

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів студент обов'язково здає залік після закінчення екзаменаційної сесії у встановлений деканом факультету термін, але не пізніше двох тижнів після початку семестру.



Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (приклад)

| Види навчальної роботи | Мах кількість балів |
|------------------------------------|----------------------------|
| Лекції | 8 |
| Практичні | 8 |
| Завдання за темами | 7 |
| Презентація | 13 |
| Письмова контрольна робота | 10 |
| Колоквіум | 12 |
| Есе | 2 |
| Екзамен (за наявності) | 40 |
| Максимальна кількість балів | 100 |

Політики навчальної дисципліни

Політика дотримання академічної доброчесності: регулюється Кодексом академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця та передбачає: дотримання чесної академічної поведінки у навчанні та житті, уникнення будь-яких проявів академічної недоброчесності; якісну підготовку до навчальних занять; самостійне виконання поточних навчальних завдань, завдань поточного контролю; самостійне виконання робіт та завдань підсумкового контролю результатів навчання; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей інших авторів; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації; формування поважливого ставлення до всіх учасників освітнього процесу, спираючись на власну гідність та нетерпимість до проявів академічної недоброчесності. Політика щодо пропусків занять: відвідування занять є обов'язковим, за активну роботу під час відвідування занять нараховуються бали (мотиваційна складова). Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну: кожне завдання має критерії оцінювання, що враховують своєчасність виконання. За інших умов можливо отримання максимального балу, однак вже з урахуванням додаткового поглиблення виконання завдання.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/22340>.

Силабус затверджено на засіданні кафедри «17» червня 2021 р. Протокол №16.