

ПРОГРАМА
вибіркової навчальної дисципліни «Поведінка споживача»
підготовки бакалавра

спеціальності 051 «Економіка»

освітньої програми «Бізнес-економіка»

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Львівський національний університет імені Івана Франка

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу Городняк Ірина Василівна

Обговорено та рекомендовано до затвердження Вченою радою економічного факультету

«31» серпня 2020 року, протокол №1

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Поведінка споживача» складена відповідно до освітньої програми підготовки бакалавра спеціальності 051 «Економіка», освітня програма «Бізнес-економіка».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є особливості поведінки споживача на ринку, чинники, що її зумовлюють, мотивація споживача, а також моделі індивідуальної споживчої поведінки.

Міждисциплінарні зв'язки: вивчення дисципліни «Поведінка споживача» забезпечується отриманими знаннями з курсів: „Маркетинг», „Основи економічної науки», „Мікроекономіка» тощо.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

1. Теоретичні основи аналізу споживання.
2. Прикладні аспекти вивчення поведінки споживача.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Поведінка споживача» є набуття студентами теоретичних та практичних навичок аналізу поведінки споживачів. Зокрема суті поведінки споживача, чинників, що її зумовлюють, а також моделей індивідуальної споживчої поведінки; напрями розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживачів і використанні цих механізмів для досягнення мети організації, аналіз інструментів маркетингового впливу на поведінку споживача.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Поведінка споживача» є:

- розуміння суті та особливостей поведінки споживачів;
- засвоєння суті потреб, мотивів, мотивації, знань споживачів та їхнього впливу на формування споживчої поведінки;
- вивчення особливостей основних етапів процесу прийняття рішення про купівлю споживачем;
- розуміння впливу маркетингових інструментів на формування поведінки споживачів;
- вивчення моделей індивідуальної споживчої поведінки;
- розуміння особливостей впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на поведінку споживачів;
- ознайомлення з основними методами дослідження поведінки споживачів та можливостей їхнього використання в маркетинговій діяльності;
- формування навичок роботи зі споживачами та управління їхньою поведінкою.

1.3. Згідно з вимогами освітньої програми студенти повинні:

знати:

- суть споживання як міждисциплінарної категорії;
- різновиди потреб споживача;
- загальні та спеціальні теорії мотивації споживача;
- модель свідомості споживача та моделі поведінки споживача на ринку;
- чинники впливу на поведінку споживачів;
- моделі прийняття споживачем рішення про покупку;
- соціально-психологічні аспекти роботи з споживачем;
- моделі індивідуальної споживчої поведінки;
- маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача;
- права споживачів.

вміти:

- досліджувати ринкову поведінку споживачів;
- сегментувати ринок на основі виявлених моделей поведінки споживачів;
- визначати структуру задоволених та незадоволених потреб споживачів;
- розробити концепцію та інструментарій вивчення споживчих мотивацій;
- використовувати мотивації споживачів для розробки та управління продуктовою стратегією підприємства (товарної, цінової політики, реклами тощо);
- аналізувати переваги та недоліки різноманітних джерел отримання знань споживачем.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин 3 кредити ЄКТС.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи аналізу споживання

Тема	Лекції	Практичні	Самостійна робота
Тема 1. Вступ до курсу „Поведінка споживача»	2	2	8
Тема 2. Потреба як складова поведінки споживача	2	2	9
Тема 3. Вплив референтних груп на поведінку споживача	2	2	9
Тема 4. Знання споживача	2	2	9

Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти вивчення поведінки споживача

Тема	Лекції	Практичні	Самостійна робота
Тема 5. Моделі індивідуальної споживчої поведінки	2	2	9
Тема 6. Процес прийняття рішення про покупку	2	2	9
Тема 7. Консюмеризм і права споживачів	2	2	9

3. Рекомендована література

Базова

1. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
2. Городняк І.В. Поведінка споживача: Завдання для самостійної роботи студентів спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Бізнес-економіка». Львів, 2020. 34с.
3. Городняк І.В. Поведінка споживача: Методичні вказівки та плани семінарських занять для студентів спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Бізнес-економіка». Львів, 2020. 30с.
4. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживача: навч. посіб. Київ: Видавничий центр «Академія», 2014. 224с.
5. Окландер М. А., Жарська І.О. Поведінка споживача: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 208с.
6. Практикум з маркетингу: навч. посібник / За ред. Є.Й. Майовця. Львів: Край, 2014. 244с.
7. Прокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів. Київ: ЦУЛ, 2008. 176с.
8. Скибінський С.В. Поведінка споживачів: навч. посібник. Львів: Укоопспілка Вид-во Львівської КА, 2009. 260с.
9. Страшинська Л. В. Поведінка споживачів: конспект лекцій. Київ: ЕКОМЕН, 2010. 101 с.
10. Шафалюк О.К. Поведінка споживачів: курс лекцій. Київ: КНЕУ, 2003. 68с.

Допоміжна

1. Біленька І.Г. Культура в суспільстві споживання: постмодерністські вияви. Культура України. 2012. Вип. 37. С. 66-75.
2. Болотіна Є. Методологія інституціонального аналізу поведінки домашніх господарств. Галицький економічний вісник. 2012. №2(35). С.123-130.
3. Василькевич Л.О. Структура поведінки споживачів і характеристика її основних компонентів у системі економічних відносин. Економіка і регіон. 2011. №4(31). С. 187-191.
4. Виноградова О.В. Поведінка споживачів. Практикум. Навчальний посібник. Київ:ДУТ. 2020. 78с.
5. 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.
6. Городняк І.В. Особливості споживання продуктів харчування домогосподарствами України. Інтелект ХХІ. Херсон. 2020. №2. С. 55-59.
7. Городняк І.В. Особливості типології споживчої поведінки домогосподарств в сучасних соціально-економічних умовах. Problems of social and economic development of business: Collection of scientific articles. Vol. 2 Publishing house «BREEZE», Montreal, Canada, 2014. P. 382-386.
8. Городняк І.В. Чинники формування споживчої поведінки домогосподарств. Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове фахове видання, 2016. №13. С. 13-16.
9. Городняк І.В., Терендій А.Б. Споживання домогосподарств в країнах Центральної та Східної Європи. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород, 2019. Вип. 24. Ч.1. С. 106–111.
10. Закон України „Про захист прав споживачів” від 12.05.1991р. ВВР. 1991. №30. Ст.. 379.
11. Зозулев А.В. Поведение потребителей: учеб пособие. Київ: Знання, 2004. 364с.

12. Кузик О.В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛНУ ім. І.Франка, 2018. 338 с.
13. Майовець Є., Кузик О. Маркетингові комунікації: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 192 с.
14. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 450с.
15. Ольховська А.Б. Поведінка споживача: методичні рекомендації до практичних занять. Харків: НФаУ, 2015. 54с.
16. Пачковський Ю.Ф., Максименко А.О. Споживча поведінка українських домогосподарств: монографія. Львів: Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2014. 292с.
17. Соціологія і психологія: навч. посібник / За ред. Ю.Ф. Пачковського. Київ: Каравела, 2009. 760с.
18. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / за наук. ред. проф. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2016. 262с.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:

- практичні заняття: 60 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 60 балів.
- контрольні заміри (модулі): 40 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 40 балів.

Студент з даної дисципліни пише 2 модулі (за один модуль студент може набрати максимально 20 балів).

- Підсумкова максимальна кількість балів – 100 балів.

Форма підсумкового контролю успішності навчання залік.

При викладанні дисципліни «Поведінка споживача» використовуються такі методи контролю:

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять й змістових модулів і має за мету перевірку рівня підготовки студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є контрольні роботи і тестування.

Об'єктами поточного контролю знань студентів з дисципліни «Поведінка споживача» є:

- 1) систематичність та активність роботи на практичних заняттях;
- 2) виконання модульних (контрольних) завдань.

При оцінці систематичності та активності роботи студента на практичних заняттях враховується:

- рівень знань, продемонстрований у відповідях на практичних заняттях;
- активність при обговоренні дискусійних питань;
- результати виконання практичних робіт, завдань поточного контролю тощо.

При оцінці виконання модульних (контрольних) завдань враховується загальний рівень теоретичних знань та практичні навички, набуті студентами під час опанування відповідного змістовного модуля.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання підсумкових результатів навчання і проводиться у формі письмового екзамену.

Засоби діагностики успішності навчання

Контроль за навчально-пізнавальною діяльністю студентів є важливим структурним компонентом навчально-виховного процесу. Підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за поточним та проміжним контролем знань протягом семестру.

З метою перевірки якості підготовки, знань, умінь студента з дисципліни використовуються такі засоби оцінювання:

- для поточного контролю - усне опитування, проведення тестування, розгляд ситуацій, виконання індивідуальних завдань;
- для проміжного контролю – проведення модульного контролю, що включають тестування, теоретичні питання.

Засоби поточного контролю:

Засоби контролю	Кількість балів
Поточне опитування на практичних заняттях	60
Тестування за змістовим модулем 1	20
Тестування за змістовим модулем 2	20

Письмові роботи: Очікується, що студенти можуть виконувати індивідуальне письмове завдання (реферат).

Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

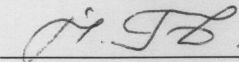
Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Підсумковий контроль - залік.

Залік в межах 100 балів проставляється студентам за результатами роботи впродовж семестру.

Розробник



Городняк І.В.