

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Донецький національний університет економіки і торгівлі**  
**імені Михайла Туган-Барановського**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

На засіданні кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування

Протокол №\_\_ від 26.08.2024 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Н.С. Приймак

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ»**

Ступінь: бакалавр

**Кількість кредитів ECTS 5**

Розробник: Лижник Ю.Б.

2024 – 2025 навчальний рік

## 1. Опис дисципліни

| Найменування показників  | Характеристика дисципліни<br>денна/заочна форма навчання        |
|--|---|
| Обов'язкова (для студентів освітньої програми "назва освітньої програми") / вибіркова дисципліна | <b>Обов'язкова</b> (для студентів освітніх програм «Маркетинг») |
| Семестр (осінній / весняний)   | <b>осінній</b>  |
| Кількість кредитів   | <b>5</b>  |
| Загальна кількість годин   | <b>150</b>  |
| Кількість модулів  | <b>1</b>  |
| Лекції, годин  | <b>28 / 8</b>   |
| Практичні / семінарські, годин   | <b>28 / 8</b>   |
| Лабораторні, годин   | <b>-</b>  |
| Самостійна робота, годин   | <b>94 / 134</b>   |
| Тижневих годин для денної форми навчання:<br>аудиторних  | <b>4</b>  |
| самостійної роботи студента  | <b>6,71</b>   |
| Вид контролю   | <b>залік</b>  |

## 2. Програма дисципліни

**Мета** вивчення дисципліни полягає у формування системи знань з теоретичних питань напрямів розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживачів і використання цих механізмів для вдосконалення маркетингових заходів організації.

**Завдання** дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері дослідження поведінки споживачів; формуванні вмінь та навичок: визначення поняття, структури і сутності поведінки споживачів, напрямів дослідження поведінки споживачів; аналізу: факторів зовнішнього та внутрішнього впливу на поведінку споживачів, поведінкової реакції покупців; дослідження: процесу прийняття рішень індивідуальними та індустріальними споживачами, маркетингових стимулів підприємств-продавців, маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача; оцінки: поведінкової реакція покупців, якісних досліджень поведінки споживачів; розрахунку: кількісних показників дослідження поведінки споживачів.

**Предмет:** механізм формування поведінки споживачів в процесі прийняття рішення про купівлю в умовах економічного обміну та комплекс факторів, що визначають поведінку покупців, набір інструментів впливу на неї, а також методи та напрями її дослідження.

**Зміст дисципліни розкривається в темах:**

- Тема 1. Поняття, структура і сутність поведінки споживачів
- Тема 2. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів
- Тема 3. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів
- Тема 4. Напрями дослідження поведінки споживачів
- Тема 5. Процес прийняття рішень індивідуальними споживачами
- Тема 6. Процес прийняття рішень індустріальними споживачами
- Тема 7. Кількісні дослідження поведінки споживачів
- Тема 8. Якісні дослідження поведінки споживачів
- Тема 9. Поведінкова реакція покупців
- Тема 10. Маркетингові стимули підприємств-продавців
- Тема 11. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача
- Тема 12. Конс'юмеризм, етика та соціальна політика

### 3. Структура дисципліни

| Назви змістових модулів і тем   | Кількість годин (денна форма навчання) |              |           |          |           |
|---|--|--------------|-----------|----------|-----------|
|   | усього                                 | у тому числі |           |          |           |
|   |  | лекц.        | пр./сем.  | лаб.     | СРС       |
| 1   | 2                                      | 3            | 4         | 5        | 6         |
| <b>Змістовий модуль 1. Теорія та методологія дослідження поведінки споживачів</b> |  |              |           |          |           |
| Тема 1. Поняття, структура і сутність поведінки споживачів                        | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 2. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів                        | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 3. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів                       | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 4. Напрями дослідження поведінки споживачів                                  | 15                                     | 4            | 4         | -        | 7         |
| Тема 5. Процес прийняття рішень індивідуальними споживачами                       | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 6. Процес прийняття рішень індустріальними споживачами                       | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| <b>Разом за змістовим модулем 1</b>   | <b>75</b>                              | <b>14</b>    | <b>14</b> | <b>-</b> | <b>47</b> |
| <b>Змістовий модуль 2. Дослідження та моделювання поведінки споживачів</b>        |  |              |           |          |           |
| Тема 7. Кількісні дослідження поведінки споживачів                                | 15                                     | 4            | 4         | -        | 7         |
| Тема 8. Якісні дослідження поведінки споживачів                                   | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 9. Поведінкова реакція покупців  | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 10. Маркетингові стимули підприємств-продавців                               | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 11. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача                   | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| Тема 12. Конс'юмеризм, етика та соціальна політика                                | 12                                     | 2            | 2         | -        | 8         |
| <b>Разом за змістовим модулем 2</b>   | <b>75</b>                              | <b>14</b>    | <b>14</b> | <b>-</b> | <b>47</b> |
| <b>Усього годин</b>   | <b>150</b>                             | <b>28</b>    | <b>28</b> | <b>-</b> | <b>94</b> |

#### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

| № з/п | Вид та тема семінарського заняття  | Кількість годин |
|-------|--|-----------------|
| 1     | Семінар запитань і відповідей<br>Поняття, структура і сутність поведінки споживачів<br>Видача завдань на групові проекти                       | 2               |
| 2     | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів  | 2               |
| 3     | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів   | 2               |
| 4     | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Напрями дослідження поведінки споживачів (дослідження ставлення до марки і товару)                  | 2               |
| 5     | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Напрями дослідження поведінки споживачів (дослідження намірів про купівлю і виконання акту купівлі) | 2               |
| 6     | Семінар з вирішенням практичних завдань.<br>Процес прийняття рішень індивідуальними споживачами  | 2               |
| 7     | Семінар з вирішенням практичних завдань.<br>Процес прийняття рішень індустріальними споживачами<br>Захист групових проектів                    | 2               |
| 8     | Видача завдань на групові проекти<br>Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Кількісні дослідження поведінки споживачів                     | 2               |
| 9     | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Кількісні дослідження поведінки споживачів  | 2               |
| 10    | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Якісні дослідження поведінки споживачів   | 2               |
| 11    | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Поведінкова реакція покупців  | 2               |
| 12    | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Маркетингові стимули підприємств-продавців  | 2               |
| 13    | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача  | 2               |
| 14    | Семінар з вирішенням практичних завдань<br>Конс'юмеризм, етика та соціальна політика<br>Захист групових проектів                               | 2               |
| Разом |  | 28              |

## 5. Розподіл балів, які отримують студенти

- вид контролю: залік

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у впродовж семестру (100 балів).

### Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

| № теми<br>семінарського/практичного заняття | Аудиторна робота    |                                   |   |   | Позааудиторна<br>робота                   | Сума балів |
|---|---------------------|-----------------------------------|---|---|---|------------|
|   | Тестові<br>завдання | Ситуаційні<br>завдання,<br>задачі | Обговорення<br>теоретичних<br>питань теми | ПМК /<br>Захист<br>групового<br>проекту | Завдання для<br>самостійного<br>виконання |            |
| <b>Змістовий модуль 1</b>                   |                     |                                   |   |   |   |            |
| Семінар 1                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 2                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 3                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 4                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 5                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 6                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 7                                   | 1                   | 3                                 | 1   | 10                                      | 5   | <b>20</b>  |
| <b>Разом за змістовим модулем 1</b>         | <b>7</b>            | <b>21</b>                         | <b>7</b>                                  | <b>10</b>                               | <b>5</b>                                  | <b>50</b>  |
| <b>Змістовий модуль 2</b>                   |                     |                                   |   |   |   |            |
| Семінар 8                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 9                                   | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 10                                  | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 11                                  | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 12                                  | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 13                                  | 1                   | 3                                 | 1   |   |   | <b>5</b>   |
| Семінар 14                                  | 1                   | 3                                 | 1   | 10                                      | 5   | <b>20</b>  |
| <b>Разом за змістовим модулем 2</b>         | <b>7</b>            | <b>21</b>                         | <b>7</b>                                  | <b>10</b>                               | <b>5</b>                                  | <b>50</b>  |
| <b>Усього годин</b>                         | <b>14</b>           | <b>42</b>                         | <b>14</b>                                 | <b>20</b>                               | <b>10</b>                                 | <b>100</b> |

**Оцінювання студентів протягом семестру  
(заочна форма навчання)**

| Поточне тестування та самостійна робота |                    |                        | Сума в балах |
|---|--------------------|------------------------|--------------|
| Змістовий модуль 1                      | Змістовий модуль 2 | Індивідуальне завдання | 100          |
| 30                                      | 35                 | 35                     |              |

**Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни**

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

| <b>Оцінка</b>           |                   |                          |
|-------------------------|-------------------|--------------------------|
| <b>100-бальна шкала</b> | <b>Шкала ECTS</b> | <b>Національна шкала</b> |
| 90-100                  | A                 | 5, «відмінно»            |
| 80-89                   | B                 | 4, «добре»               |
| 75-79                   | C                 |                          |
| 70-74                   | D                 |                          |
| 60-69                   | E                 | 3, «задовільно»          |
| 35-59                   | FX                | 2, «незадовільно»        |
| 0-34                    | F                 |                          |