Рівненський державний гуманітарний університет
факультет документальних технологій, менеджменту, технологій та фізики
кафедра економіки та управління бізнесом

Назва дисципліни	Психологія поведінки споживача
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Шимко Ольга Володимирівна
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	http://rshu.edu.ua/121-personalii/1238-shymko-olha-volodymyrivna
E-mail викладача:	olha.shumko@rshu.edu.ua
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: формування у здобувачів вищої освіти навичок ефективного застосування психологічних закономірностей поведінки споживачів при формуванні маркетингових рішень у товарній, ціновій та комунікаційній діяльності організацій.

Завдання навчальної дисципліни:

- формування базової системи наукових знань у галузі психології поведінки споживача, сучасних концепцій та актуальних проблем теорії та практики цієї навчальної дисципліни;
- засвоєння навичок щодо застосовування психологічних закономірностей поведінки споживачів у сфері маркетингу;
- засвоєння навичок щодо теоретичного аналізу проблем економічної психології, які є актуальними в умовах відкритої економіки;
- використання отриманих знань і рекомендацій стосовно регулювання власної економічної поведінки.

Предмет дисципліни – теоретико-методологічні і прикладні закономірності та особливості прояву індивідуальних і групових психологічних якостей в економічному середовищі, а також чинники і механізми впливу маркетингових засобів на формування поведінки споживачів у ринковому середовищі.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для другого (магістерського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності

ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Фахові компетентності:

СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу;

СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом;

СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

Очікувані результати навчання:

Р 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;

Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;

Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта;

Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Психологія поведінки споживача» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом такої дисципліни як «Соціальна психологія».

Перелік тем

Тема 1. Економічна і соціальна психологія як основа для вивчення споживача у маркетингових цілях

Тема 2. Еволюція підходів до моделювання поведінки споживачів

Тема 3. Психологічні характеристики споживача в процесі споживання

Тема 4. Психологічний вплив зовнішніх чинників на поведінку споживачів

Тема 5. Психологічні аспекти процесу прийняття рішення індивідуальним споживачем

Тема 6. Поведінкова реакція покупців

Тема 7. Психологічний вплив на споживача інструментів маркетингу

Тема 8. Психологічний аналіз сучасних трендів поведінки споживачів

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна література

1. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2016. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Butko_Mykola/Ekonomichna_psykholohiia.pdf.

2. Верт Л. Экономическая психология. Теоретические основы и практическое применение. Х., 2013.

3. Кулініч І. О. Психологія управління : навч. посіб. К. : Знання, 2008.

4. Ложкін Г.В., Спасєнніков В.В., Комаровська В.Л. Економічна психологія: навч. посіб. К.: ВД «Професіонал», 2004. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25806/1/ekonomichnapsihologia.pdf.

5. Періг І.М. Економічна психологія: навч.-метод. посіб. для семінар. занять для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності "Психологія", "Практична психологія". Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018.

Допоміжна література

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

2. Багоцци Р. П., Герхан-Канли Ц., Пристер Й. Р. Социальная психология потребителя. М.: «Академия», 2008. 272 с.
3. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей=consumer behavior/Пер.с англ.под ред.Волковой Л.-9-е изд.межд. СПб.: Питер, 2002. 624с.
4. Виноградова О. В. Поведінка споживачів. Практикум: навч. посіб. Київ:ДУТ. 2020. 78с.
5. Ильин В. И. Поведение потребителей: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2000. 223с.
6. Скибінський С.В. Поведінка споживачів: навч. посібник. Львів: Укоопспілка Вид-во Львівської КА, 2009. 260с.
7. Статт Дэвид. Психология потребителя. Питер, 2003, 448с.
8. Трейси Байан. Психология продаж. М.: Попурри, 2006, 256с.
9. Фельсер Г. Психология потребителей и реклама. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2009. 704с.
10. Фоксол. Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге: Модели поведения потребителей; Формирование покупательских предпочтений; Особенности личности и процесс покупки / – СПб.: Питер, 2001. 352 с.
11. Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер, 2004. 286с. – URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Chiald/_ Index.php

Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Електронна бібліотека РДГУ. URL: http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/.
2. VIPRESHEBNIK. URL: http://www.ukr.vipreshebnik.ru/.
3.Буковинська бібліотека. URL: https://buklib.net/books/21875/.
4.OSVITA.UA. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/.
5. Навчальні матеріали онлайн. URL: https://pidruchniki.com.
7.Он-лайн бібліотека для студентів. URL: https://www.twirpx.com/.
8.Додаток Google AdWords. URL: https://ads.google.com.
10. Законодавство України : http:// www.zakon.rada.gov.ua.
11. Бізнес-портал: http://www.buziness.info.

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:
-комунікації та опитувань;
-виконання домашніх завдань;
-виконання завдань самостійної роботи;
-проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК 2.	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	Р 2.	Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
ЗК 7.	Здатність виявляти	Р8.	Використовувати	МН1	МО2

	ініціативу та підприємливість		методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК3.	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу	Р 3.	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК4.	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом	Р 7.	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК5.	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування	Р 7.	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта		

***** МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб- орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

****** МО1 – екзамени; МО2 –усне або письмове опитування; МО3 – колоквіум; МО4 – тестування; МО5 – командні проєкти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «Психологія поведінки споживача»

Поточне тестування та самостійна робота								ІНДЗ	Сума
модуль 1				модуль 2					
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	15	100
7	7	7	7	7	7	7	5		
Модульний контроль 1 -15				Модульний контроль 2 -15					

Система та критерії оцінювання
у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	**Оцінка в ЄКТС**	**Значення оцінки ЄКТС**	**Критерії оцінювання**	**Рівень компетентності**	**Оцінка за національною шкалою**	
					екзамен	**залік**
90–100	**A**	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	**B**	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	**C**	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	**D**	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		
60–63	**E**	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину	Середній (репродуктивний)		

			його відтворює на репродуктивному рівні			
35–59	**FX**	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
0–34	**F**	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.