



Рівненський державний гуманітарний університет  
Факультет документальних комунікацій, менеджменту,  
технологій та фізики  
Кафедра економіки та управління бізнесом

### АНОТАЦІЯ

<b>Назва дисципліни</b>	Психологія поведінки споживача
<b>Освітня програма</b>	Маркетинг
<b>Компонент освітньої програми</b>	Вибірковий
<b>Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни</b>	3 кредити / 90 годин
<b>Вид підсумкового контролю</b>	Залік
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Викладач (і)</b>	Якубовська Наталія Василівна
<b>CV викладача на сайті кафедри</b>	<a href="https://www.rshu.edu.ua/newhome/121-personalii/2313-yakubovska-nataliia-vasylivna">https://www.rshu.edu.ua/newhome/121-personalii/2313-yakubovska-nataliia-vasylivna</a>
<b>E-mail викладача:</b>	nataliya.yakubovska@rshu.edu.ua
<b>Консультації</b>	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

### Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета навчальної дисципліни:** формування у здобувачів вищої освіти системних знань і розуміння концептуальних основ психології поведінки споживача з метою активного впливу на процес прийняття споживачем рішення про покупку для досягнення мети організації.

**Завдання навчальної дисципліни:** ознайомлення з основними поняттями, категоріями, підходами до дослідження психології поведінки споживача; вивчення факторів внутрішнього і зовнішнього впливу на поведінку споживачів, особливостей основних етапів процесу прийняття рішення про покупку споживачем і можливостей їхнього використання в маркетинговій діяльності; формування навичок роботи зі споживачами та управління їхньою поведінкою.

**Предмет дисципліни** – процес здійснення споживчого вибору, фактори, що визначають психологію вибору споживача та методи маркетингового впливу на споживчий вибір.

### Зміст навчальної дисципліни

- Тема 1. Психологія – наука про людину.
- Тема 2. Споживач як економічна категорія.
- Тема 3. Чинники впливу на поведінку споживачів.
- Тема 4. Процес прийняття рішення індивідуальним споживачем.
- Тема 5. Процес прийняття рішення організаційним споживачем.
- Тема 6. Поведінкова реакція покупців.
- Тема 7. Споживач в концепції маркетингу.
- Тема 8. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача.
- Тема 9. Кількісні та якісні дослідження психології поведінки споживача.
- Тема 10. Інноваційні підходи до вивчення поведінки споживача.