СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА»

Ступінь вищої освіти: бакалавр
Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітньо-професійна програма: Готельно-ресторанна справа

Викладач: Лебеденко Тетяна Євгенівна, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу, доктор технічних наук, доцент
Асауленко Наталя Валеріанівна, старший викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Кафедра: Готельно-ресторанного бізнесу
Профайл викладача
Контактна інформація:
м.т. 098-336-01-30
E-mail: tatyanalebedenko27@gmail.com
м.т. 0979750388
E-mail: nataliya.asaulenko@ukr.net

1. Загальна інформація

Тип дисципліни - вибіркова **Мова викладання** - українська
Навчальна дисципліна викладається на 1 курсі у 1 семестрі для денної та заочної форми навчання
Кількість кредитів ECTS – 4, годин – 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	42	22	20
заочна	16	8	8
Самостійна робота, годин	Денна - 78		Заочна - 104

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Поведінка споживача» спрямована на формування фахових компетентностей щодо методів і прийомів здійснення цілеспрямованого впливу на поведінку споживача з метою успішного розвитку стратегій підприємства. Саме тому наука про споживача набуває першорядну важливість.

3. Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни - формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань з поведінки споживачів, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку та збагачення прийомів та методів досліджень поведінки споживачів.

Завдання вивчення дисципліни полягає у наступному:

- визначення проблем та можливостей споживачів;
- визначення релевантних концепцій поведінки споживачів та виявлення їх застосування для подолання проблеми;
- збирання інформації та трансформація моделей поведінки у відповідні маркетингові стратегії.

знати:

- складові моделі свідомості споживачів;
- вплив факторів маркетингового середовища на поведінку споживачів;
- сутність факторів, які впливають на поведінку споживачів;
- етапи прийняття рішення про покупку кінцевим споживачем;
- відмінності між споживчим ринком і ринком організацій - споживачів;
- фактори, що впливають на поведінку організацій споживачів;
- етапи прийняття рішення про придбання товару організацією - споживачем;
- в чому полягає раціональна закупівля товарів та послуг;
- роль та завдання роботи закупівельних центрів;

- сутність та види лояльності;
- відмінність між лояльністю та задоволеністю;
- сучасні підходи до дослідження та вимірювання споживчої лояльності.

вміти:

- визначати зв'язок поведінки споживачів з маркетингом;
- надавати оцінку сьогоднішньому стану внутрішнього ринку та його інфраструктури в Україні;
- визначати, що купують організації та люди;
- аналізувати зміст процесу прийняття рішень про покупку;
- визначати, з яких етапів складається процес рішення про покупку на споживчих ринках;
- формувати фактори, які впливають на поведінку споживачів;
- досліджувати поведінку покупців на споживчому ринку;
- аналізувати та відбирати варіанти рішень проблеми щодо покупки;
- визначати ступень значимості покупок;
- запобігати діям когнітивного дисонансу;
- розкривати основні відмінності між споживчим ринком і ринком організацій - споживачів;
- визначати фактори, що впливають на поведінку організацій - споживачів;
- застосовувати методи вимірювання споживчої лояльності.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та інформаційні ресурси

Види контролю: поточний, підсумковий – екзамен.

Нарахування балів

Інформаційні ресурси

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНАХТ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог ISO 9001:2015, «Положення про академічну доброчесність в ОНАХТ» та «Положення про організацію освітнього процесу».

Викладач /ПІДПИСАНО/ Тетяна ЛЕБЕДЕНКО
підпис

/ПІДПИСАНО/ Наталя АСАУЛЕНКО
підпис

Завідувач кафедри /ПІДПИСАНО/ Тетяна ЛЕБЕДЕНКО
підпис