



# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

<b>Галузь знань</b>	05 Соціальні та поведінкові науки
<b>Шифр та назва спеціальності</b>	053 – Психологія
<b>Назва освітньо-професійної програми</b>	053 – Психологія (ОПП бакалавр)
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Факультет</b>	Бізнесу та соціальних комунікацій
<b>Кафедра</b>	Психології та педагогіки
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	ОК22 ОПП «Психологія»
<b>Форма навчання</b>	Денна

### Викладач

Шиліна Наталія Євгенівна  
[shylinanataliia@gmail.com](mailto:shylinanataliia@gmail.com)



Доцент кафедри психології та педагогіки,  
Кандидат педагогічних наук, доцент

### Загальна інформація про дисципліну

<b>Анотація до дисципліни</b>	<p>Курс «Психологічні аспекти поведінки споживачів» призначений для надання студентам розширеного розуміння психологічних аспектів, які впливають на споживацьку поведінку. Навчання спрямовано на:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Розуміння споживацьких рішень: Курс допомагає студентам розібратися в психологічних процесах, які впливають на вибір і придбання товарів та послуг. Вони вивчають, як споживачі приймають рішення щодо покупок, і</li></ol>
-------------------------------	--

	<p>які фактори впливають на їхні вибори.</p> <p>2. Маркетинг і реклама: Курс вивчає важливі психологічні аспекти, які лежать в основі маркетингових стратегій та реклами. Студенти дізнаються, як ефективно використовувати психологічні методи для залучення споживачів і впливу на їхні рішення.</p> <p>3. Вивчення споживчої культури: Курс допомагає студентам розуміти роль психології у формуванні споживчої культури. Вони вивчають, які психологічні фактори визначають моди, стиль життя та споживчі тенденції.</p> <p>4. Розвиток навичок аналізу: Студенти навчаються аналізувати та оцінювати споживчі ринки, поведінку споживачів, рекламні кампанії та маркетингові стратегії з психологічної перспективи.</p> <p>5. Споживча поведінка в сучасному світі: Курс охоплює сучасні теми, такі як вплив інтернету на споживацьку поведінку, споживча поведінка в умовах кризи, сталого споживання тощо.</p>
<b>Мета дисципліни</b>	<p>– надання студентам знань про психологічні особливості формування поведінки, навички та вміння впливати на поведінку споживачів, використовуючи маркетингові технології взаємодії зі споживачами товарів та послуг, використання механізмів поведінки для досягнення мети організації.</p>
<b>Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна</b>	<p><b>ЗК1.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях</p> <p><b>ЗК2.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності</p> <p><b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями</p> <p><b>ЗК5.</b> Здатність бути критичним і самокритичним</p> <p><b>ЗК6.</b> Здатність приймати обґрунтовані рішення</p> <p><b>ЗК8.</b> Навички міжособистісної взаємодії</p> <p><b>ЗК9.</b> Здатність працювати в команді</p> <p><b>СК3.</b> Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків.</p> <p><b>СК3.</b> Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність до особистісного та професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку</p>
<b>Результати навчання</b>	<p><b>ПРН-1.</b> Розуміти закономірності та особливості розвитку і функціонування психічних явищ в контексті професійних завдань</p> <p><b>ПРН-2.</b> Взаємодіяти, вступати у комунікацію, бути зрозумілим, толерантно ставитися до осіб, що мають інші культуральні чи гендерно-вікові відмінності</p> <p><b>ПРН-3.</b> Ефективно виконувати різні ролі у команді у процесі вирішення фахових завдань, у тому числі демонструвати лідерські якості</p> <p><b>ПРН-4.</b> Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку</p> <p><b>ПРН-5.</b> Демонструвати соціально відповідальну та свідому поведінку, слідувати гуманістичним та</p>

	демократичним цінностям у професійній та громадській діяльності.
<b>Обсяг дисципліни</b>	Загальний обсяг дисципліни: 4 кредити ЄКТС 120 годин). Для денної форми навчання: лекції – 20 годин, практичні заняття – 24 години, самостійна робота – 76 годин.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Залік
<b>Терміни викладання дисципліни</b>	Дисципліна викладається у 1-му семестрі (1–18 тижні)

### Програма дисципліни

<b>Тема 1.</b>	<p><b>Предмет, завдання та методи курсу «Психологічні аспекти поведінки споживачів».</b></p> <p>Предмет, методи і завдання курсу. Сутність поведінки споживачів. Принципи дослідження поведінки споживачів. Основні функції дослідження поведінки споживача: описова, пояснювальна, прогнозуюча. Модель свідомості споживача. Дисциплінуючі матриці у вивченні поведінки споживачів. Еволюція розвитку науки про поведінку споживачів. Еволюція світогляду суспільства. Еволюція світогляду суспільства. Закон України про захист споживачів.</p>
<b>Тема 2.</b>	<p><b>Поведінка споживача в умовах економічного обміну.</b></p> <p>Підходи та етапи аналізу споживчої поведінки. Біхевіоризм. Модель Маршалла. Модель Павлова. Мотиваційні дослідження на основі теорії психоаналізу Фрейда. Модель П'єра Бур д'є (Bourdieu). Модель Веблена. Інтегрована модель поведінки споживачів. Відмінності поведінки клієнта та споживача.</p>
<b>Тема 3.</b>	<p><b>Поняття, структура і сутність поведінки споживача, її психологічні особливості.</b></p> <p>Класифікації потреб. Мотивація індивідуального споживача. Структура моделі поведінки на споживчому ринку. Закон про захист прав споживачів. Психологічні типи клієнтів.</p>
<b>Тема 4.</b>	<p><b>Типи споживачів та процес прийняття рішення індивідуальним споживачем: особливості, етапи та вирішальні чинники.</b></p> <p>Типи споживачів за соціонікою: теоретики, практики, вирішувачі, креативщики. Модель DISC. Алгоритми процесу покупки існуючих і нових товарів. Усвідомлення проблеми. Пошук інформації. Психологічні особливості сприйняття товару-новинки споживачем. Маркетингові інструменти, що сприяють ухваленню рішення про покупку товару-новинки. Оцінювання варіантів. Рішення про покупку. Купівля та реакція на покупку.</p>

<b>Тема 5.</b>	<b>Етика взаємодії із споживачем.</b> Етичні проблеми маркетингу. Громадський та правовий захист споживачів.
<b>Тема 6.</b>	<b>Культурні чинники зовнішнього впливу на поведінку споживача</b> Культура. Субкультура. Соціальний клас. Архетипи особистості: особливості та способи взаємодії з кожним.
<b>Тема 7.</b>	<b>Соціальні чинники зовнішнього впливу на поведінку споживача.</b> Референтні групи. Сім'я. Ролі і статуси. Соціонічна теорія про 16 типів інформаційного метаболізму.
<b>Тема 8</b>	<b>Особисті чинники внутрішнього впливу на поведінку споживача. Основи психотипування.</b> Вік, стать, етап життєвого циклу сім'ї. Рід занять, спосіб життя, економічне становище. Тип особистості, уявлення про самого себе. Типи особистостей за К. Юнгом. Типологія за Майер-Бріггс.
<b>Тема 9</b>	<b>Психологічні чинники внутрішнього впливу на поведінку споживача.</b> Психологічні властивості особистості. Мотивація. Сприйняття, засвоєння. Темперамент, характер. Переконавання, ставлення. Типології характеру: Кречмер, Шелдон, Лічко, Фром. Життєві сценарії за Е. Берном.
<b>Тема 10</b>	<b>Ситуаційні чинники впливу на поведінку споживача</b> Фізичне і соціальне оточення. Час купівлі, мета споживача, попередній стан.

## Список рекомендованих джерел

### Основна

1. Городняк І. В. Поведінка споживача [Текст] : навч. посіб. ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 255 с.
2. Зозульов А. В. Поведінка споживачів: навчальний посібник. К. : Знання, 2014. 364 с.
3. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Поведінка споживачів [Текст] : навч. посіб. ; Донец. нац. ун-т ім. Василя Стуса, Екон. ф-т, Каф. маркетингу. Вінниця : ДонНУ ім. Василя Стуса, 2016. 255 с.
4. Кожухівська Р. Б., Транченко Л. В. Поведінка споживачів [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Умань : Жовтий О. О., 2014. 360 с.

5. Комірна В. В., Аракелова І. О. Поведінка споживачів [Текст] : навч.- метод. посіб. ; Донец. держ. ун-т упр., Каф. маркетингу. Донецьк : Ноулідж, Донец. від-ня, 2013. 198 с.
6. Ларіна Я.С. Поведінка споживача: навч. Посібник / Я.С. Ларіна, А. В. Рябчик; – К.: Академія, 2014. – 224 с..
7. Маркетинг для магістрів. Навч. Посібник/ Під ред.. М.М.Єрмашенка, С.А. Єрохіна. – К. ВНЗ «Національна академія управління», 2020.
8. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ ; Одес. нац. політехн. ун-т. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 206 с.
9. Поведінка споживача [Текст] : навч. посіб. / Городняк І. В. ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. - Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. - 255 с.
10. Поведінка споживачів у реально-віртуальному середовищі [Текст] : кол. монографія / [Л. В. Капінус та ін.] ; Нац. ун-т харч. технологій, ННІ економіки і упр. – Київ : Сердюк, 2017. – 189 с.

#### **Додаткова**

1. Гаркавенко С. С., Маркетинг: Підручник для вузів. – К.: Лібра, 2002.
2. Марчук Е.К. Україна: новая парадигма прогресса. Аналитическое исследование – К. Аваллон, 2001. – 224 с.
3. Марчук Є. К. Україна: нова парадигма розвитку. - К., Аваллон, 2001,
4. Маршалл А. Принципи економічної науки. Реферат підручника. Укладач Фещенко В.М. – К. АТЗТ Видавничий центр «Друк», 2001. - 211 с.
5. Основи споживчих знань. Навчальний посібник для вищої освіти. Вегера С.А. та інш.- К. К.І.С., 2008.
6. Серкутан Т.В. Маркетинг біотехнологій: специфіка та проблеми / Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку» (м. Маріуполь, 9-10 жовтня 2019 р.). – Маріуполь; Кривий Ріг: вид.Р.А. Козлов, 2019. – с. 329-330
7. Шафалюк О.К. Поведінка споживачів: Курс лекцій. – К.: КНЕУ, 2009. – 68 с.
8. Шлапак Н.С., Серкутан Т.В. Проблеми дослідження поведінки споживачів в сучасних умовах /Збірник матеріалів I-ї Міжнародної науково-практичної конференції «Економіко-культурологічне позиціонування України у світовому глобалізованому просторі», 15-19 лютого 2016 р., м. Ліптовський Ян, Словаччина. – с.304-306.

#### **Закони та інші нормативно-правові акти**

1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV.
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 01.10.1991 // Правда України. - 1991. -26.11 листопада.
3. Про Антимонопольний комітет України: Закон України від 26.11.1993 // Голос України. - 1993. - № 242.
4. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 // Урядовий кур'єр. - 1996. - 29 червня.

5. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 271/96-ВР // Урядовий кур'єр. - 1996. - 25 липня.
6. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.97 № 711/97-ВР // Голос України. - 1998. - № 20. - 3 лютого.
7. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 // Голос України. - 2001. - 27 лютого.
8. Про стандартизацію: Закон України від 17.05.2001 № 2408-ІІІ // Голос України. - 2001. - № 108. - 20 червня.
9. Про порядок зайняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 08.02.1995 № 108 // Урядовий кур'єр. - 1995. - 21 лютого.
10. Про впровадження штрихового кодування товарів: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.05.1996 № 574 // Урядовий кур'єр, 1996. - 20 серпня.
11. Про внесення змін до Порядку заняття торговельною діяльністю і правил торговельного обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.07.1998 № 1050 // Урядовий кур'єр. - 1998. - 23 липня.
12. Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.09.1998 № 1511 // Урядовий кур'єр. - 1998. - 1 жовтня.

#### Інформаційні ресурси

1. Державний комітет статистики: [Електронний ресурс]. – режим доступу:- <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Дані Мінпромполітики України. [Електронний ресурс]. – режим доступу:- <http://industry.kmu.gov.ua/control/uk/index>
3. [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)
4. [www.marketing.vc](http://www.marketing.vc)
5. [www.rynok.biz](http://www.rynok.biz)
6. [http:// socialmention.com](http://socialmention.com) - сервіс для моніторингу інформації у соціальних мережах (англ.).
7. [http:// www.europages.com.ru](http://www.europages.com.ru) - Професійна пошукова система B2B
8. [http:// marketing.ua-24.com](http://marketing.ua-24.com) - портал новин. Також містить рейтинг українських підприємств по галузях.
9. [http:// reklamist.com.ua](http://reklamist.com.ua) - інформаційний блог.
10. [http:// www.proreklamu.com](http://www.proreklamu.com) - інформаційний портал.
11. [http:// www.4p.com.ua](http://www.4p.com.ua) - інформаційний портал + новини.

#### Інформація про консультації

Щопонеділка у вересні-грудні 2023 року з 14<sup>30</sup> до 16<sup>50</sup> год., ауд. 226 – доц. Шиліна Н.Є.

## Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином:
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано	Нарахування балів	<p><b>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою</b> і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.</p>
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D				
60-63	E	Задовільно			
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання		
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		

## Політика опанування дисципліни

**Відвідування:** Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

**Дотримання принципів академічної доброчесності:** Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

**Умови зарахування пропущених занять:**

**Інші умови:** Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle, за посиланням [.....](#)