Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет менеджменту, економіки та природничо-технологічної освіти
Кафедра документальних комунікацій та менеджменту

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Поведінка споживачів
Освітня програма	«Професійна освіта (Сфера обслуговування (Готельна та ресторанна справа))» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Хижнякова Надія Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри документальних комунікацій та менеджменту
CV викладача на сайті кафедри	https://sites.google.com/rshu.edu.ua/kafedramen/%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%BA%D0%B0%D1%84%D0%B5%D0%B4%D1%80%D1%83/%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2-%D0%BA%D0%B0%D1%84%D0%B5%D0%B4%D1%80%D0%B8?authuser=0
E-mail викладача	nadiya.khyzhnyakova@rshu.edu.ua

Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни «Поведінка споживачів» полягає у здобутті комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо дослідження поведінки споживачів з метою її врахування при прийнятті управлінських рішень, а також з метою застосування засобів впливу на поведінку споживачів з метою її зміни у бажаному напрямку.

Завдання навчальної дисципліни «Поведінка споживачів»:

- встановлення суті та складових поведінки споживачів;
- побудова моделі поведінки споживачів;
- огляд історії дослідження споживчої поведінки та сучасного бачення взаємодії зі споживачами;
- дослідження попиту як результату поведінки споживачів;
- дослідження думки споживачів та споживчих мотивацій;
- оцінювання можливостей інформування наявних та потенційних споживачів з метою впливу на їх поведінку;

- формування комплексу основних та додаткових засобів маркетингових комунікацій з метою здійснення бажаного впливу на поведінку споживачів;
- оцінювання ефективності впливу засобів маркетингових комунікацій на поведінку споживачів.

Очікувані результати навчання

У результаті опанування дисципліни «Поведінка споживачів» здобувачами вищої освіти мають бути отримані такі **загальні та спеціальні компетентності:**

ЗК05. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

СК 25. Здатність збирати, аналізувати та інтерпретувати інформацію (дані) відповідно до спеціалізації «Сфера обслуговування (Готельно-ресторанна справа)».

Після вивчення навчальної дисципліни «Поведінка споживачів» відповідно до освітньо-професійної програми мають бути досягнуті такі програмні результати навчання, тобто інтегральні компетентності:

ПРН 07. Аналізувати та оцінювати ризики, проблеми у професійній діяльності та обирати ефективні шляхи їх вирішення.

ПРН 09. Відшуковувати, обробляти, аналізувати та оцінювати інформацію, що стосується професійної діяльності.

ПРН 17. Виконувати розрахунки, що відносяться до сфери професійної діяльності.

Здатність аналізувати та оцінювати ризики, проблеми у професійній діяльності та обирати ефективні шляхи їх вирішення реалізується через аналіз попиту, дослідження думки споживачів та споживчих мотивацій, дослідження наявної споживчої аудиторії та її поведінки, а також через формування та застосування комплексу основних та додаткових засобів маркетингових комунікацій з метою здійснення бажаного впливу на поведінку споживачів.

Здатність виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників реалізується через дослідження та прогнозування попиту, пошук джерел та збирання первинної та вторинної інформації, необхідної для аналізу поведінки споживачів, формулювання запитань для опитування споживачів, а також шляхом обґрунтування достовірності результатів дослідження поведінки споживачів та здійснення обробки та аналізу отриманих результатів.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Дослідження поведінки споживачів

Тема 1. Сутність поведінки споживачів та її дослідження

Тема 2. Дослідження попиту як результату поведінки споживачів

Тема 3. Дослідження думки споживачів та споживчих мотивацій

Змістовий модуль 2. Можливості впливу на поведінку споживачів

Тема 4. Інформаційне забезпечення споживчих рішень

Тема 5. Роль якості товарів у прийнятті споживчих рішень

Тема 6. Методи активного впливу на поведінку споживачів

Тема 7. Забезпечення захисту прав споживачів як засіб впливу на їх поведінку