



Силабус навчальної дисципліни
«Теорія мотивації та поведінка споживача»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	ОПП «Маркетинг»
Освітній рівень	Першій (бакалаврський)
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	2 курс, 3 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год.
	Практичні – 24 год.
	Самостійна робота – 72 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108*А, https://nipp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладачі	Васюта Вікторія Борисівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладачів	fem.vasiutavb@nipp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 108*А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування у студентів знань, навичок та компетенцій щодо застосування сучасних теорій, концепцій, підходів і методів, пов'язаних із підвищенням ефективності маркетингової діяльності підприємств на споживчому ринку на основі кращого розуміння мотивації та поведінки споживачів.	
Програмні результати навчання	
P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	
P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	
P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
Передумови для навчання	
Попередньо опановані дисципліни: навчальна практика, безпека людини, основи наукових досліджень, фінанси, гроші та кредит.	
Індивідуальне завдання	Не передбачено
Зміст навчальної дисципліни	
Тема 1. Поняття мотивації. Мотиваційна сфера особистості. Тема 2. Основні теорії мотивації. Тема 3. Основні фактори мотивації поведінки споживача. Тема 4. Процес прийняття рішення	



про покупку. **Тема 5.** Типи споживачів та особливості впливу на їх купівельну поведінку. **Тема 6.** Роль маркетингових комунікацій в поведінці споживача. **Тема 7.** Методи стимулювання купівельної поведінки споживача.

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3500>

1. Рекомендовані джерела

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. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів: Навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200 с. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26445.pdf>
3. Васюта В.Б. Мотивування персоналу. Навчальний посібник. Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2020. 140 с.
4. Виноградова О.В. Поведінка споживачів. Практикум. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2020. 78 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_2009_48951401.pdf
5. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
6. Муштай В.А., Лищенко М.О. Поведінка споживача: Навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 240 с.
7. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Поведінка споживачів» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Укл. : О. П. Бурліцька. Тернопіль : ТНТУ ім. І.Пуллюя, 2019. 111 с.
8. Психологія особистості: навчальний посібник; за заг. ред. Є.М. Суліми. Ірпінь: Університет державної фіскальної служби України, 2021. 338 с.
9. Файнзібельт Л.С., Жуковська О.А., Якимчук В.С. Теорія прийняття рішень: підручник. К.: Освіта України, 2018. 246 с.
10. Бакаленко О.А. Психологія управління: навч. посіб. Харків: ХНУРЕ, 2020. 120 с.
11. Васюта В.Б. Формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 40. С. 133-138. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct140-23>.
12. Чевганова В. Я., Васюта В. Б. Роль сегментації ринку у вивченні поведінки споживачів. Галицький економічний вісник. 2021. Том 71. № 4. С. 116-122. https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.04.116
13. Бондаренко В.М., Васюта В.Б., Писаренко К.М. Роль маркетингових комунікацій в поведінці споживача. *Інфраструктура ринку*. Випуск 59. 2021. С. 38-43. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct59-7>
14. Vasiuta V.B., Arkhipova A.I. Neuromarketing in the system of modern commodity science: the influence of packaging design on consumer behavior. ЕКОНОМІКА: реалії часу. № 6 (58), 2021. С. 14-23. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2021/No6/14.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.06.2021.2

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю – 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи

Мах кількість балів



Виконання завдань на практичних заняттях	50	
Екзамен	50	
Максимальна кількість балів	100	
Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	
60 - 63	E	задовільно
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	
Політика навчальної дисципліни		
<p>Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.</p> <p>Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.</p> <p>Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.</p>		
Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=3500).		

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13