

Код та назва дисципліни	1-075-1 Ринкова поведінка споживачів
Рекомендується для галузі знань ² (спеціальності, освітньої програми)	075 Маркетинг
Кафедра (вказати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Могилова А.Ю.,
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) ³	3
Мова викладання	українська
Пререквізити ⁴ (передумови вивчення дисципліни)	
Що буде вивчатися	Ринкова поведінка споживача в умовах економічного обміну; поняття, структура і сутність поведінки споживачів; особистісно-психологічні фактори поведінки споживачів; чинники зовнішнього впливу на поведінку споживачів; процес прийняття рішень індивідуальним споживачем.
Чому це цікаво/треба вивчати	Набуття знань та практичних навичок відносно роботи із споживачами, управління їх поведінкою, формування і підтримки попиту споживачів на товари та послуги, виявлення потенційно прибуткового споживача і вплив на процес прийняття ним рішення щодо покупки.
Чого можна навчитися (результати навчання)	Визначення потреб клієнтів за допомогою ринкових досліджень, розв'язання практичних питань щодо формування поведінки індивідуальних і промислових споживачів, починаючи з прийняття рішення про купівлю, алгоритм процесу купівлі, характеристик післякупівельних дій і закінчуючи методами оцінки поведінкової реакції.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу; здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
Інформаційне забезпечення	Зозульов О.В., Василенко А.Т. Аналіз поведінки споживачів на промисловому ринку для формування торгової пропозиції / О.В. Зозульов, А.Т. Василенко // Маркетинг в Україні. – 2017. - № 2 (89). – С. 39-45. Creating a unique selling proposition – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.slideshare.net/mistykortes/creating-a-unique-selling-proposition
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, семінарські заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів ⁵	-
Мінімальна кількість здобувачів ⁵ (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-