

ВИБІРКОВИЙ ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

Поведінка споживача

Consumer Behavior

Рівень	Курс / семестр	Обсяг	Контроль	Мова
бакалаврський	2 / 3	6,0 ЄКТС 180 год.	екзамен	українська

Галузь знань: J Транспорт та послуги | Спеціальність: J7 Залізничний транспорт
Освітня програма: «Організація перевезень і управління на транспорті»

Викладач

Дергоусова Алла Олександрівна, к.е.н., доцент | [профіль викладача](#)

E-mail: dergousova@kart.edu.ua | **Консультації:** онлайн у Zoom, Moodle середа, 16:00-17:00

Про що курс

Курс формує системне розуміння закономірностей і чинників поведінки споживачів. Ви навчитесь аналізувати споживчі рішення, досліджувати культурні, соціальні, особисті, психологічні й ситуаційні впливи та використовувати поведінкові інсайти для обґрунтування маркетингових рішень.

Після завершення курсу Ви зможете

- пояснювати сутність, структуру та моделі поведінки споживачів;
- аналізувати культурні, соціальні, особисті, психологічні та ситуаційні чинники споживчої поведінки;
- досліджувати мотивацію, сприйняття, установки, емоції та механізми споживчого вибору;
- аналізувати процес прийняття рішення та післякупівельну поведінку;
- будувати buyer persona та визначати мотиви, бар'єри й тригери вибору;
- оцінювати реакції на маркетингові стимули та формувати рекомендації для бізнесу.

Передумови

Що потрібно на старті. Базові знання з маркетингу, маркетингових досліджень, менеджменту, рекламного креативу, паблік рилейшенз і маркетингових комунікацій.

Основні тематичні блоки

- Сутність, структура та моделі поведінки споживача в умовах економічного обміну.
- Зовнішні, культурні та соціальні чинники впливу на споживчий вибір.
- Особисті й психологічні чинники: потреби, мотивація, сприйняття, установки та емоції.
- Ситуаційні чинники й контекст споживання; поведінка в кризовому середовищі.
- Процес прийняття рішення: від усвідомлення потреби до післякупівельної поведінки.
- Реакції на продукт, ціну, розподіл і комунікації; довіра, етичність і соціальна відповідальність брендів.

Навчання, практика та оцінювання

Практична складова

- Аналіз потреб, очікувань, вигод і цінності пропозиції; розбір моделей поведінки споживачів на реальних ринках.
- Дослідження культурних, соціальних, особистих і психологічних чинників; порівняння поведінки різних споживчих груп.
- Побудова портрета споживача (buyer persona); визначення мотивів, бар'єрів, цінностей і ключових тригерів вибору.
- Аналіз ситуацій споживання та етапів прийняття рішення; оцінювання впливу ризику, невизначеності й кризових умов.
- Аналіз реакцій на продукт, ціну, розподіл і комунікації; розроблення рекомендацій щодо адаптації маркетингових рішень.

Індивідуальні завдання. Практичні кейси: зміна споживчих потреб і пріоритетів у воєнний період; аналіз процесу прийняття рішення; побудова Buyer Persona; культурні й соціальні чинники вибору; реакції на маркетингові стимули; ситуаційна поведінка споживача.

Як проходитиме навчання

30 год. лекцій · 15 год. практичних занять · 135 год. самостійної роботи. Навчання поєднує теоретичну підготовку з аналізом реальної споживчої поведінки, практичних кейсів, брендів і ринкових ситуацій. Передбачено групову роботу, дискусії, побудову портретів споживачів, дослідницькі та аналітичні завдання, презентацію результатів.

Оцінювання

Що оцінюється	Балів
Практичні заняття	30
Індивідуальні завдання	30
Підсумковий модульний тест	40
Разом за модуль	100

Підсумкова оцінка: середнє арифметичне результатів двох модулів. За потреби оцінку можна підвищити на екзамені, продемонструвавши розуміння моделей і чинників споживчої поведінки та вміння застосовувати їх для аналізу практичних маркетингових ситуацій.

Короткі правила курсу

- **Дедлайни.** Завдання подаються у встановлені терміни; умови виконання, доопрацювання та захисту зазначаються в Moodle.
- **Академічна доброчесність.** Роботи виконуються самостійно; використані джерела потрібно зазначати. Плагіат, списування та подання чужої роботи як власної не допускаються.
- **Генеративний ШІ.** Дозволений як допоміжний інструмент за умови перевірки інформації, самостійності висновків і зазначення використання ШІ відповідно до вимог завдання.
- **Участь у навчанні.** Очікуються активна робота на практичних заняттях, аргументоване обговорення кейсів і професійна етична комунікація.

Ключові ресурси

- **Матеріали, завдання та оголошення:** курс у Moodle
- **Правила доброчесності:** [Кодекс академічної доброчесності УкрДУЗТ](#)
- **Навчальні видання:** [репозитарій УкрДУЗТ](#)