



технологій



# ВИБІРКОВА ДИСЦИПЛІНА “УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧА”

вступний лектор:

**Боліла С.Ю.**

**Комерційний директор**  
Фахівець зі збуту, спеціаліст з продажів, маркетолог-аналітик, бренд-менеджер, PR-менеджер

**Чому навчить курс**

Рівень заробітної плати на ринку праці 500 – 1500 \$

Здійснює аналіз маркетингових умов забезпечення прихильності покупців, досліджує профіль клієнтів та вивчає їх смаки й уподобання, розробляє стратегію та тактику взаємовідносин зі споживачами, розробляє програми лояльності клієнтів



Розробляти стратегію діяльності підприємства на основі аналізу системи потреб та цінностей споживача, визначати цілі та завдання щодо формування лояльності клієнтів

Обирати напрями та визначати методи досліджень поведінки споживача, здійснювати аналіз отриманих результатів досліджень

Аналізувати внутрішні та зовнішні фактори впливу на поведінку споживача та оцінювати їх вплив

Визначати та оцінювати лояльність споживача

Розробляти програми лояльності споживачів

Обирати ефективні маркетингові інструменти для впливу на лояльність споживача



**“ Черв’як повинен бути до смаку рибі, а не рибалці”**

Улюблене прислів’я маркетолога



**Мета : формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань щодо взаємодії учасників продажів товарів/послуг та оволодіння навичками управління процесом продажів на основі моделей поведінки споживачів**



**В результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен**

***знати:* складові моделі свідомості споживачів; сутність та вплив факторів, які впливають на поведінку споживачів; етапи, з яких складається процес прийняття рішення про покупку споживачем; сутність та види лояльності; в чому полягає відмінність між лояльністю та задоволеністю; сучасні підходи до дослідження та вимірювання споживчої лояльності**

***уміти:* визначати зв'язок поведінки споживачів з маркетингом та його інструментами; аналізувати зміст процесу прийняття рішень про покупку; визначати фактори, які впливають на поведінку споживачів; досліджувати поведінку покупців на споживчому ринку; аналізувати та відбирати варіанти рішень проблеми щодо покупки; визначати ступень значимості покупок; застосовувати методи вимірювання споживчої лояльності**

**Предмет дисципліни: інструменти та механізми які впливають на поведінку людини та організації в процесі споживання.**



# Завдання вибіркової дисципліни

*Вивчення  
теоретичних  
основ  
споживчої  
поведінки та  
та управління  
лояльністю  
покупців*

*Вивчення  
методів та  
інструментів  
впливу на  
прихильність  
споживачів*

*Формування  
професійного  
мислення  
щодо побудови  
взаємовідносин з  
клієнтом*

*Оволодіння  
мистецтвом  
формування  
лояльності  
споживача*

**Результат- вироблення концептуального підходу та менеджерських навичок формування лояльності споживачів**

# Зміст навчальної дисципліни



Тема 1. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну

Тема 2. Фактори внутрішнього та зовнішнього впливу на поведінку споживачів

Тема 3. Процес прийняття рішення про купівлю товарів споживачем

Тема 4. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача

Тема 5. Поведінкова реакція покупців

Тема 6. Методи та напрями досліджень поведінки споживачів

Тема 7. Права споживачів як складова поведінкового процесу

