

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра теорії та історії соціології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Поведінкова економіка

для студентів

галузь знань	02 «Культура і мистецтво»
спеціальність	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
освітній рівень	бакалавр
освітня програма	Комунікації та управління культурними індустріями (з обов'язковим вивченням двох іноземних мов)
вид дисципліни	вибіркова

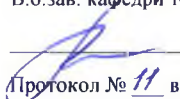
Форма навчання	денна
Навчальний рік	2026/2027
Семестр	7
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання	українська
Форма заключного контролю	залік

Викладачка: Євгенія МОРОЗ

Розробниця: Євгенія МОРОЗ, к.с.н., доцентка кафедри теорії та історії соціології

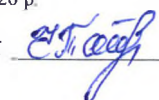
ЗАТВЕРДЖЕНО

В.о.зав. кафедри теорії та історії соціології

 Марина СОБОЛЕВСЬКА
Протокол № 11 від «22» серпня 2026 р.

Погоджено з науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол № 10 від «31» серпня 2026 р.

Голова науково-методичної комісії  Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. (_____) «__» 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. (_____) «__» 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

ВСТУП

1. Мета дисципліни – формування системи теоретичних знань та практичних навичок аналізу і прогнозування ірраціональної поведінки споживачів культурного продукту, а також оволодіння інструментами поведінкового дизайну для ефективного залучення аудиторії, оптимізації ціноутворення та підвищення соціальної ефективності культурних і креативних проєктів.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни.

1. Знати:

- базові закономірності функціонування ринку соціокультурних послуг та класичні економічні принципи поведінки споживачів;
- основи соціальної психології, теорії комунікації та специфіку формування цільових аудиторій у сфері культури;
- структуру та організаційні моделі соціокультурних інституцій (театри, музеї, галереї, фестивалі, громадські простори).

2. Вміти:

- аналізувати соціокультурні потреби різних груп споживачів та оцінювати чинники їхнього вибору культурного продукту;
- збирати та інтерпретувати емпіричні соціологічні і маркетингові дані (опитування, спостереження, аналітика відвідуваності);

3. Анотація навчальної дисципліни. Навчальна дисципліна “Поведінкова економіка” є вибірковою дисципліною, що забезпечує отримання фахових компетентностей випускниками Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Ця дисципліна входить до циклу вибіркових навчальних дисциплін. Предметом вивчення навчальної дисципліни є психологічні, когнітивні, емоційні та соціальні фактори, що зумовлюють прийняття рішень суб'єктами соціокультурної діяльності (споживачами, аудиторією, донорами, менеджерами), а також механізми поведінкового дизайну та архітектури вибору, спрямовані на оптимізацію споживання, залучення й управління в культурних і креативних індустріях.

4. Завдання (навчальні цілі) – розкрити сутність та методологічний апарат поведінкової економіки в системі соціокультурного менеджменту, висвітлити її предметні межі та ключові відмінності від класичної економічної теорії; сформулювати у студентів комплексне розуміння природи обмеженої раціональності, когнітивних викривлень та евристик, що визначають поведінку відвідувачів і споживачів культурного продукту; виробити навички виявлення психологічних і поведінкових бар'єрів при взаємодії аудиторії з культурними інституціями; навчити застосовувати інструменти архітектури вибору, теорії підштовхування та фреймінгу для оптимізації ціноутворення, навігації, фандрейзингу й волонтерства; розвинути вміння розробляти, тестувати та впроваджувати етичні поведінкові інтервенції в практику управління проєктами у сфері культури, дозвілля та креативних індустрій.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:

ФК19. Здатність критично усвідомлювати взаємозв'язок між культурними, соціальними та економічними процесами

ФК23. Здатність аналізувати і структурувати організаційну, управлінську проблеми та знаходити конструктивні рішення.

5. Результати навчання:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація 4. автономність та відповідальність)		Методи викладання і навчання	Методи оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
Знати:				
1.1	природу поширених когнітивних упереджень, евристик та соціальних ефектів (ефект якоря, неприязнь до втрат, ефект володіння, стадний інстинкт, перевантаження вибором), що впливають на споживання культурного продукту;	Лекція, самостійна робота, практичне	Активна залученість у роботу на практичних заняттях, контрольна робота, колоквіум	14
1.2	принципи та етичні межі архітектури вибору, теорії підштовхування, динамічного та психологічного ціноутворення в креативних індустріях;	Лекція, самостійна робота, практичне	Активна залученість у роботу на практичних заняттях, контрольна робота, колоквіум	11
1.3	поведінкові мотиви та бар'єри участі аудиторії у благодійності, краудфандингу, меценатстві та волонтерських соціокультурних ініціативах.	Лекція, самостійна робота, практичне	Активна залученість у роботу на практичних заняттях, контрольна робота, колоквіум	15
Вміти:				
2.1	діагностувати когнітивні й поведінкові бар'єри відвідувачів та споживачів на різних етапах їхнього шляху взаємодії з культурним продуктом чи локацією;	Лекція, самостійна робота, практичне	Активна залученість у роботу на практичних заняттях	10
2.2	розробляти дизайн польових і цифрових поведінкових експериментів для перевірки дієвості інтервенцій та інтерпретувати їхні результати.	Лекція, самостійна робота, практичне	Активна залученість у роботу на практичних заняттях	10
Комунікація:				
3.1	фахово презентувати, аргументувати та захищати управлінські рішення з оптимізації соціокультурних процесів перед стейкхолдерами та командою з використанням поведінкової термінології;	Лекція, самостійна робота, практичне, командна робота	Активна залученість у роботу на практичних заняттях, презентація командної роботи, колоквіум	10
3.2	вести конструктивний діалог у команді (із маркетологами, кураторами, дизайнерами середовища) під час розробки досвіду відвідувача.	Лекція, самостійна робота, командна робота	Активна залученість у роботу на практичних заняттях, презентація командної роботи	10
Автономність та відповідальність:				
4.1	самостійно планувати, проводити поведінковий аудит соціокультурних проєктів і приймати зважені управлінські рішення в умовах неповної визначеності поведінки споживачів;	Лекція, самостійна робота, практичне, командна робота	Активна залученість у роботу на практичних заняттях, презентація командної роботи	10
4.2	нести відповідальність за соціальні, культурні та репутаційні наслідки впроваджених поведінкових інтервенцій для інституцій та громади.	Лекція, самостійна робота, практичне, командна робота	Активна залученість у роботу на практичних заняттях, презентація командної роботи	10

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1	4.2
Програмні результати навчання									
ПРН16. Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.	+	+	+	+		+	+		+
ПРН21. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціокультурних явищ у контексті професійних задач	+		+		+		+	+	+

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

- семестрове оцінювання:

- Групово та індивідуальна активна робота на практичних заняттях: РН1.1, РН1.2, РН1.3, РН2.1, РН2.2, РН3.1, РН3.2, РН4.1, РН4.2 – 50/30 балів
- Колоквіум РН1.1, РН1.2, РН2.1 – 10/6 балів
- Участь у командних практичних формах роботи РН1.2, РН2.1, РН4.1 – 20/12 балів
- Написання контрольної роботи: РН1.1, РН1.2, РН1.3, РН2.1, РН2.2, РН3.1, РН3.2, РН4.1, РН4.2 – 20/12 балів

- підсумкове оцінювання у формі заліку.

7.2 Організація оцінювання:

- Групово та індивідуальна робота на практичних заняттях РН1.1, РН1.2, РН1.3, РН2.1, РН2.2, РН3.1, РН3.2, РН4.1, РН4.2 – теми 1-8.
- Колоквіум РН1.1, РН1.2, РН2.1 – теми 1-4.
- Участь у командних практичних формах роботи РН1.2, РН2.1, РН4.1 – теми 5-8.
- Контрольна робота РН1.1, РН1.2, РН1.3, РН2.1, РН2.2, РН3.1, РН3.2, РН4.1, РН4.2 – теми 1-8.

7.3 Шкала відповідності:

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ п/п	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
1. Теоретико-методологічні основи поведінкової економіки та психологія культурного вибору				
1	Вступ до поведінкової економіки: від Homo economicus до реального споживача культури	4	6	10
2	Евристики та когнітивні упередження у сприйнятті соціокультурного продукту	2	4	10
3	Соціальні норми, ідентичність та поведінка в креативних індустріях	2	4	8
4	Вибір та час: парадокс перевантаження і міжчасові переваги	2	2	10
2. Поведінковий дизайн, архітектура вибору та інтервенції в соціокультурній практиці				
5.	Архітектура вибору та теорія підштовхування у соціокультурних просторах	4	4	8
6.	Поведінкове ціноутворення та монетизація соціокультурних проєктів	2	2	6
7.	Поведінкові фактори благодійності, фандрейзингу та волонтерства	2	4	8
8.	Методологія поведінкового аудиту та тестування інтервенцій у соціокультурній сфері	2	4	10
ВСЬОГО		20	30	70

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекцій 20 год.

Практичні заняття 30 год.

Самостійна робота 70 год.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна:

- Аріелі Д. Добре бути ірраціональними. Як мислити нелогічно та отримувати несподівані переваги / пер. з англ. Д. Завалій. Львів : Видавництво Старого Лева, 2021. 352 с
- Аріелі Д. Передбачувана ірраціональність / пер. з англ. Д. Завалій. Львів : Видавництво Старого Лева, 2018. 296 с.
- Безгін К. С., Ушкальов В. В. Поведінкова економіка: епістемічний поворот у трактуванні раціональності. *Економіка України*. 2019. № 7–8. С. 3–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2019_7-8_3
- Емоційний інтелект лідера у сфері бізнесу: навч. посіб. / А. Є. Книш ; за заг. ред. О. Г. Романовського, С. В. Калашникової. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с.
- Канеман Д. Мислення швидке й повільне / пер. з англ. М. Яковлев. Київ : Наш Формат, 2017. 480 с.
- Пайн Б. Дж., Гілмор Дж. Г. Економіка вражень: битва за час, увагу та гроші клієнта / пер. з англ. А. Цвіри. Харків : Віват, 2021. 416 с.
- Поведінкова економіка: від теорії до практики : міждисциплінар. навч. посіб. / за наук. ред. І. Л. Татомир, Л. Г. Квасній. Трускавець : Посвіт, 2022. 408 с.
- Санстейн К., Талер Р. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір / пер. з англ. О. Захарченко. Київ : Наш Формат, 2017. 312 с.

9. Талер Р. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення / пер. з англ. С. Дорошенко. Київ : Наш Формат, 2018. 464 с.
10. Чалдіні Р. Психологія впливу / пер. з англ. М. Бухалова. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2016. 368 с.

Додаткова:

1. Аріелі Д. Чесно про (не)чесність. Як ми брешемо всім... особливо собі / пер. з англ. Д. Завалій. Львів : Видавництво Старого Лева, 2019. 288 с.
2. Безгін К. С., Ушкальов В. В. Поведінкова економіка: епістемічний поворот у трактуванні раціональності. *Економіка України*. 2019. № 7–8. С. 3–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2019_7-8_3
3. Івашук Ю. П. Поведінкова та експериментальна економіка : навч. посіб. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2017. 120 с.
4. Канеман Д., Сібоні О., Санстейн К. Шум. Хибність людських суджень / пер. з англ. О. Асташова. Київ : Форс Україна, 2022. 362 с.
5. Кравченко М. О., Голюк В. Я. Прийняття управлінських рішень: сутність та сучасні тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-37>
6. Крикун В. А. Теорія поведінкової економіки в дослідженні українського банківського ринку за роки незалежності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 24, т. 1. С. 18–22. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24\(1\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24(1)_6)
7. Кузнєцова К. О., Ченуша О. С. Емоційний інтелект в поведінковій економіці. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2023. Вип. 26. С. 14–17. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/287403/281304>
8. Левітт С., Дабнер С. Фрікономіка. Зворотний бік усього на світі / пер. з англ. В. Глінка. Київ : Наш Формат, 2018. 248 с.