

	Центральнoукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка	<b>Силабус навчальної дисципліни</b>			
		<b>Назва дисципліни</b> <b>Психологічні закономірності та технології маркетингової діяльності</b>			
		<b>Статус дисципліни</b> <i>обов'язковий компонент (цикл фахової підготовки)</i>			
<b>Галузь знань</b>	05 Соціальні та поведінкові науки				
<b>Спеціальність</b>	053 Психологія				
<b>Освітня програма</b>	Психологія бізнесу та управління				
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський)				
<b>Форма навчання</b>	Денна /Заочна				
<b>Курс</b>	1 / 1,2				
<b>Семестр</b>	2 / 2,3				
<b>Обсяг дисципліни</b>	Кредити	4 / 3,5	Години	120/ 105	
	Лекційні			16 / 8	
	Практичні/семінарські			32 / 8	
	Лабораторні				
	Самостійна робота			72 / 89	
<b>Семестровий контроль</b>	Екзамен				
<b>Викладач</b>	Мельничук І.Я, кандидат психологічних наук, доцент				
<b>Контактна інформація</b>	i.y.melnychuk@cuspu.edu.ua				
<b>Кафедра</b>	Психології та соціальної роботи				
<b>Факультет</b>	Педагогіки, психології та мистецтв				
<b>Предмет навчання</b> (Що буде вивчатися)	Психологічні знання є основою вибору стратегії та тактики маркетингу, формулювання привабливої ідеї рекламної кампанії. Студенти будуть вивчати психологічні основи різних маркетингових інструментів: ціни, стимулювання збуту, персональних продажів, реклами та ін. Також аналізувати психологічні закономірності та технології маркетингових комунікацій і стратегічного маркетингового планування.				
<b>Мета</b> (Чому це цікаво/потрібно вивчати)	Метою вивчення дисципліни є формування компетентностей щодо основ психології маркетингу, практичних навичок застосування психологічних теорій у маркетинговій діяльності.				
<b>Компетентності</b>	Загальні: ЗК 1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 2. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 4. Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. ЗК 12. Здатність встановлювати, підтримувати ділові та міжособистісні комунікації у сфері бізнесу Фахові: СК 2. Здатність самостійно планувати, організувати та здійснювати психологічне дослідження з елементами наукової новизни та практичної значущості. СК 4. Здатність здійснювати практичну діяльність (тренінгову, консультаційну, психодіагностичну) з використанням науково верифікованих методів та технік. СК 9. Здатність дотримуватися у фаховій діяльності норм професійної етики та керуватися загальнолюдськими цінностями.				

	СК 11. Здатність використовувати у професійній діяльності базові знання і сучасні досягнення у галузі психології бізнесу та управління.
<b>Програмні результати</b> (Чому можна навчитися)	<p>ПР 5. Розробляти програми психологічних інтервенцій (тренінг, консультування тощо), провадити їх в індивідуальній та груповій роботі, оцінювати якість.</p> <p>ПР 7. Доступно і аргументовано представляти результати досліджень у писемній та усній формах, брати участь у фахових дискусіях.</p> <p>ПР 9. Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності.</p> <p>ПР 12. Вирішувати складні фахові завдання (практичні та дослідницькі) використовуючи базові знання, навички, уміння у галузі психології бізнесу, управління, ділового адміністрування.</p> <p>ПР 13. Актуалізувати та розвивати підприємницький, управлінський потенціал замовника, формувати його ефективну бізнес-стратегію.</p>
<b>Зміст дисципліни</b>	<p><i>Змістовий модуль 1. Психологічні закономірності маркетингової діяльності</i></p> <p>Тема 1. Теоретичні засади психології маркетингу</p> <p>Тема 2. Психологічні маркетингові дослідження</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Психологічні стратегії та технології маркетингової діяльності</i></p> <p>Тема 3. Психологія бренд-стратегій і реклами</p> <p>Тема 4. Психологія маркетингової товарної, цінової та збутової політики</p> <p>Тема 5. Психологічні закономірності маркетингових комунікацій</p> <p>Тема 6. Стратегічне маркетингове планування</p>
<b>Критерії оцінювання роботи студентів</b>	<p>Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- екзамен;</li> <li>- стандартизовані тести;</li> <li>- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;</li> <li>- студентські презентації та виступи на наукових заходах.</li> </ul> <p>Використовуються такі методи контролю (усний, письмовий), які мають сприяти підвищенню мотивації студентів до навчально-пізнавальної діяльності.</p> <p>Поточний контроль. <i>Завданням поточного контролю</i> є перевірка розуміння та засвоєння певної частини учбового матеріалу, рівня сформованості навичок, умінь самостійно опрацьовувати навчальний матеріал, здатності осмислити зміст теми.</p> <p>Об'єктами поточного контролю знань студента є систематичність та активність роботи на заняттях; виконання завдань для самостійної роботи. Оцінюванню можуть підлягати: рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на практичних/семінарських заняттях; активність при обговоренні питань практичного/семінарського/лабораторного заняття; результати тестування тощо.</p> <p>У разі невиконання завдань поточного контролю студент має право скласти їх індивідуально до останнього практичного заняття за дозволом завідувача кафедри. Порядок такого</p>

	<p>контролю регламентований викладачем.</p> <p>Підсумковий контроль. Завданням підсумкового контролю є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.</p>
<p><b>Політика курсу</b></p>	<p>При оцінюванні студентів враховуються присутність на заняттях, своєчасне виконання поставленого завдання та активність студента під час практичного заняття. При написанні підсумкових робіт не допускається користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями. При написанні есе і підготовці презентації важливо дотримуватися академічної доброчесності.</p>
<p>Інформаційне забезпечення</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Близнюкова О.М., Галушко Л. Я., Мельничук І.Я. Прийняття управлінських рішень як процес: можливості застосування фасилітації. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i>. Серія Психологія. Випуск 2. 2022. С.100-104 № 2. <a href="http://surl.li/kmjjsu">http://surl.li/kmjjsu</a></li> <li>2. Психологія маркетингу, реклами та ПР. Луцьк. 2019. <a href="http://surl.li/klasi">http://surl.li/klasi</a></li> <li>3. Психологія маркетингової діяльності: методичні вказівки до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання Спеціальності 053 Психологія / Укладач Б. В. Барчі. Мукачево: МДУ, 2022. 42с. <a href="http://surl.li/klavh">http://surl.li/klavh</a></li> <li>4. Лілик І.В.Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи. Практикум. К.: КНЕУ, 2010. 313 с. <a href="http://surl.li/kmjuf">http://surl.li/kmjuf</a></li> <li>5. Плани практичних занять і завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Маркетинговий бізнес-консалтинг» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Бізнес-консалтинг» денної форми навчання / уклад. О. О. Набатова. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. 63 с. <a href="http://surl.li/kmjwe">http://surl.li/kmjwe</a></li> <li>1. Психологія маркетингу та реклами. Харків, 2023 <a href="http://surl.li/kmjwg">http://surl.li/kmjwg</a></li> <li>2. Радзіховська, Ю. Психологія маркетингу в умовах віртуальної реальності бізнесу: мотиваційний аспект. <i>Innovation and Sustainability</i>, (1), 72–83. 2023. <a href="http://surl.li/kmjwn">http://surl.li/kmjwn</a></li> <li>3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. <a href="http://surl.li/auodr">http://surl.li/auodr</a></li> <li>6. Kraus, K.M., Kraus, N.M., Ishchenko, I.S. Innovative developments and discoveries as a result of quality management decisions. <i>European Scientific Journal of Economic and Financial Innovations</i>, 2(10), 32–47. URL: <a href="http://surl.li/kmjxe">http://surl.li/kmjxe</a> (Assessed 11 January 2023).</li> <li>7. Kraus, K.M., Kraus, N.M., Radzikhovska, Yu.M. The world practice of implementing Industry 4.0: platforms, tools, benchmarking. <i>European Scientific Journal of Economic and Financial Innovations</i>, 1(9), 92–105. URL: <a href="http://surl.li/kmjxo">http://surl.li/kmjxo</a></li> </ol>

	<p>8. Manzhura, O., Kraus, K., Kraus, N. Digitalization of Business Processes of Enterprises of the Ecosystem of Industry 4.0: Virtual-Real Aspect of Economic Growth Reserves. WSEAS Transactions on Business and Economics, Vol.18, Art. #57, 569-580. 2021. URL: <a href="http://surl.li/kmjxw">http://surl.li/kmjxw</a></p> <p>9. Psychology of marketing: 5 tricks that will help improve your business. URL: <a href="http://surl.li/kmjyk">http://surl.li/kmjyk</a></p>
Матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, проєктор, ноутбук, смартфон, наукова література, презентаційні матеріали