КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

БАКАЛАВР
(освітній ступінь)

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан факультету
_____
_____/Володимир ГОЦ /
«_20_» _вересня_____ 2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Психологія споживача
(назва освітньої компоненти)

шифр	назва спеціальності, освітньої програми
075	Маркетинг ОП «Маркетинг»

Розробники:
Юдічева О. П., канд. техн. наук, доцент _____
(прізвище та ініціали, науковий ступінь, звання) (підпис)
Самойленко А. А., канд. техн. наук, доцент _____
(прізвище та ініціали, науковий ступінь, звання) (підпис)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

протокол № 2 від « 13» вересня 2023 року

Завідувач кафедри _____ /Петро ЗАХАРЧЕНКО/
(підпис)

Схвалено гарантом освітньої програми _____

Гарант ОП _____ /Світлана МАРЧЕНКО/
(підпис)

Розглянуто на засіданні науково-методичної комісії спеціальності
протокол № 1 від « 18 » _вересня_ 2023 року

ВИТЯГ З РОБОЧОГО НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

шифр	Назва спеціальності, освітньої програми	Форма навчання: **денна**											Форма контролю	Семестр	Відмітка про погодження заступником декана факультету
		Кредитів на сем.	Обсяг годин						Кількість індивідуальних робіт						
			Всього	аудиторних				Сам. роб.							
				Разом	у тому числі										
					Л	Лр	Пз		КП	КР	РГР	Конт. роб			
075	**Маркетинг**	***3,0***	***90***	***40***	***20***	***-***	***20***	***50***	***-***	***-***	***-***	***1***	***Зал.***	***2***	

шифр	Назва спеціальності, освітньої програми	Форма навчання: **заочна (вечірня)**											Форма контролю	Семестр	Відмітка про погодження заступником декана факультету
		Кредитів на сем.	Обсяг годин						Кількість індивідуальних робіт						
			Всього	аудиторних				Сам. роб.							
				Разом	у тому числі										
					Л	Лр	Пз		КП	КР	РГР	Конт. роб			
075	**Маркетинг**	***3,0***	***90***	***22***	***6***	***-***	***16***	***68***	***-***	***-***	***-***	**1**	***Зал.***	***2***	

Мета та завдання освітньої компонети

Мета дисципліни: формування ґрунтовних теоретичних знань з питань емоційно-вольової сфери споживача, його індивідуально-психологічних особливостей, соціології та психологія спілкування та вирішення конфліктів, поведінки споживача в різних практичних ситуаціях.

Компетентності здобувачів освітньої програми, що формуються в результаті засвоєння освітньої компоненти

Код	Зміст компетентності
Інтегральна компетентність	
ІК	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов
Загальні компетентності	
ЗК 3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
ЗК 7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
Фахові компетентності	
ФК 5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
ФК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів

Програмні результати здобувачів освітньої програми, що формуються в результаті засвоєння освітньої компоненти

Код	Програмні результати
ПР 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів
ПР 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища

Програма дисципліни

Змістовий модуль 1. Психологія споживача: сутність, значення, застосуванні у практичній діяльності

Лекція 1. Психологія як наука та практика для вивчення поведінки споживачів (2 год)

План

1. Загальне поняття про науку «психологію». Сутність поняття «психіка».
2. Методи психології.
3. Експеримент як метод психології.

Практичне заняття 1. Методи практичної психології у вивченні поведінки споживача (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Вивчення правил використання методу спостереження в психологічних дослідженнях

Завдання 2. Ознайомлення з експериментом як методом психології

Завдання 3. Вивчення правил використання тестування як методу психології.

Лекція 2. Пізнавальні психічні процеси (2 год)

План

1. Особливості уваги як пізнавального психічного процесу.
2. Основі види пам'яті.
3. Відчуття і їх значення.
4. Мислення та уява.

Практичне заняття 2. Пізнавальні психічні процеси споживача (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Вивчення властивостей уваги

Завдання 2. Вивчення класифікації відчуттів залежно від системи аналізаторів

Завдання 3**.** Вивчення методик перевірки спостережливості

Завдання 4. Вивчення прийоми, необхідних для створення образів творчої уяви

Лекція 3. Емоційно-вольова сфера особистості споживача (2 год)

План

1. Емоції як головна складова емоційного маркетингу.

2. Сутність поняття «емоційний маркетинг» («маркетинг вражень»). Його основні завдання.

3. Способи створення яскравих емоцій для потенційних клієнтів

Практичне заняття 3. Психологічна характеристика емоційної сфери споживача (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Вивчення базових емоцій

Завдання 2. Вивчення основних видів почуттів

Завдання 3. Вивчення відмінних рис та особливостей поведінки споживачів екстерналів та інтерналів

Завдання 4. Вивчення вольових якостей людини

Лекція 4. Індивідуально-психологічні особливості споживачів (2 год)

План

1. Сутність поняття «особистість». Підструктури у структурі особистості
2. Темперамент споживача. Властивості темпераменту
3. Відмінності між темпераментом і характером
4. Здібності як індивідуально стійкі властивості, які визначають успіхи в різних видах діяльності

Практичне заняття 4. Індивідуально-психологічні особливості споживачів (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Вивчення типів темпераменту

Завдання 2. Вивчення сильних і слабких сторін основних типів темпераментів

Завдання 3. Вивчення головних властивостей темпераменту.

Змістовий модуль 2 Соціологія і психологія спілкування з споживачем

Лекція 5. Діяльність особистості і її вплив на споживацькі переваги (2 год)

План

1. Сутність поняття «діяльність».
2. Основні види людської діяльності.
2. Структура діяльності.

Практичне заняття 5. Соціологічні дослідження і їх роль під час вивчення поведінки споживачів (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Визначення типу праці за спеціальністю «Маркетинг» з використанням класифікації Є. О. Климова

Завдання 2. Вивчення особливостей застосування знань, умінь і навичок

Завдання 3. Вивчення відмінних ознак репродуктивної, продуктивної і творчої праці.

Лекція 6. Соціальні спільноти споживачів (2 год)

План

1. Сутність поняття «соціальна спільнота»
2. Метод соціометрії для вивчення міжособистісних відносин
3. Стадії процесу групоутворення.

Практичне заняття 6. Психологічний аналіз професійної діяльності маркетолога (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Вивчення спеціальних термінів, що вказують на стан особистості в міжособистісних відносинах.

Завдання 2. Вивчення класифікації соціальних груп

Завдання 3. Ознайомлення з основними засадами соціально-психологічної рефлексії. Розрахунки рефлексивного коефіцієнту усвідомлення

Лекція 7. Соціологія та психологія спілкування зі споживачами (2 год)

План

1. Спілкування: взаємопов'язані сторони, специфіка
2. Засоби комунікації
3. Взаєморозуміння, егоїзм, егоцентризм

Практичне заняття 7. Вивчення класифікації соціальних груп (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Вивчення аналізу документів, спостереження та методу опитування як методів соціологічного дослідження.

Завдання 2. Ознайомлення з соціологією особистості.

Завдання 3. Вивчення засад соціології виховання особистості

Лекція 8. Соціальна компетентність споживача (2 год)

План

1. Сутність і правила ділового спілкування.
2.Маніпуляції під час ділового спілкування.
3. Слухання як компонент вербальної комунікації

Практичне заняття 8. Спілкування зі споживачами як обмін інформацією (2 год)

Зміст заняття

Завдання 1. Вивчення каналів комунікації зі споживачами

Завдання 2. Вивчення і аналіз вербальних засобів комунікації.

Завдання 3. Вивчення і аналіз невербальних засобів комунікації

Лекція 9. Соціологія та психологія спілкування з різними типами споживачів (2 год)

План

1. Сутність поняття «спілкуванння», сторони спілкування.
2. Засоби комунікації.
3. Використання каналів комунікації у спілкування з покупцями

Практичне заняття 9. Вивчення сутності і змісту поняття компетентності в спілкуванні. Поведінка споживача в конфлікті (2 год)

Зміст заняття

Завдання1. Вивчення засобів маніпуляції.

Завдання 2. Вивчення способів керування увагою.

Завдання 3. Вивчення правил самопрезентації під час спілкування.

Лекція 10. Поведінка споживача в конфлікті (2 год)

План

1. Конфліктна ситуація: причини виникнення, види
2. Сутність поняття «конфлікт». Види конфліктів.
3. Способи вирішення конфліктів

Практичне заняття 10. Вивчення типів конфліктних споживачів і правил виходу з конфлікту (2 год)

Зміст заняття

Завдання1. Вивчення типів конфліктних споживачів.

Завдання 2. Вивчення особливостей поведінки в конфліктних ситуаціях і конфлікті.

Завдання 3. Вивчення алгоритму дій для уникнення конфліктних ситуацій.

Індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання – контрольна робота за обраною темою. Основна вимога – тема має бути максимально повно розкрита, всі питання плану повинні бути повністю висвітлені і містити власні висновки. Здобувачу потрібно слідкувати за логічністю подання матеріалу і його взаємозв'язком. Література, що рекомендується для виконання індивідуального завдання, наведена у цій робочій програмі.

Тематика індивідуальних завдань

Тема 1. Практична психологія: об'єкт, предмет, завдання

План

1. Різниця між теоретичною та практичною психологією.
2. Предмет психології, основні завдання практичної психології.
3. Основні напрямки психології, класи несвідомих психічних процесів

Тема 2. Методи психологічного дослідження

План

1. Відмінність експерименту від спостереження.
2. Різновиди психологічних експериментів
3. Тестування і анкетування споживачів : відмінні ознаки, особливості організації і проведення.

Тема. 3. Емоції

План

1. Функції і компоненти емоцій
2. Фрустрація: сутність поняття, види
3. Стрес і його прояви.
4. Відмінні ознаки пристрасті, афекту.

Теми 3. Почуття.

План

1. Почуття і їх прояви у людини.
2. Відмінні ознаки емоцій і почуттів.
3. Класифікація почуттів.

Тема 4. Спрямованість як стержень особистості

План

1. Види спрямування за домінуючою в діяльності мотивацією.
2. Спрямованість як стержень особистості.
3. Появи спрямованості особистості

Тема 5. Характеристика основних типів темпераменту

План

1. Сильні та слабкі властивості основних типів темпераменту
2. Психологічні підходи до кожного типу темпераменту споживача.
3. Складові темпераменту. Поведінка споживачів різного темпераменту в стресових ситуаціях.

Тема 6. Діяльність людини і її складові

План

1. Складові структури діяльності.
2. Мотиваційна основа діяльності.
3. Навичка, уміння, звичка
4. Імпульсивна поведінка споживача.

Тема 7. Значення соціологічних досліджень для психології

План

1. Зміст мікросоціології та макросоціології та їх роль у дослідженні суспільних процесів.
2. Роль емпіричних, фундаментальних та прикладних соціологічних досліджень у вивченні поведінки споживача
3. Зміст предмета, об'єкта, мети й завдань у соціологічному дослідженні.

Тема 8. Психологія конфлікту

План

1. Елементи аналізу конфлікту.
2. Класифікації видів конфлікту.
3. Поведінка людини в конфлікті.

Тема 9. Комунікативна компетентність та процес її формування

План

1. Мманіпулятивний підхід у спілкуванні.
2. Принципи спілкування зі споживачем.
3. Основні види слухання, їх переваги і недоліки.

Тема 10. Зворотний зв'язок у спілкуванні

План

1. Правила надання ефективного зворотного зв'язку
2. Особистісний зворотній зв'язок.
3. Пойнтери в спілкуванні

Тема 11. Спілкування як взаємодія

План

1. Поняття, види, структура та функції спілкування.
2. Спілкування як обмін інформацією між продавцем і споживачем
3. Характеристика процесу та механізмів пізнання людьми один одного.

Тема 12. Соціальні спільноти

План

1. Поняття «спільнота», «група», види груп.
2. Аналіз взаємовідносин у малій групі.
3. Етапи розвитку групи.
4. Психологічні ознаки колективу.

Тема 13. Відчуття: фізіологічна основа, види

План

1. Фізіологічна основа відчуттів.
2. Види відчуттів.
3. Кількісні характеристики відчуття.

Тема 14. Мислення як пізнавальний психічний процес.

План

1. Характеристика мисленнєвих операцій

2. Показники мислення.
3. Тренування мислення.

Тема 15. Особистість як соціальний індивід

План

1. Чотири підструктури у структурі особистості
2. Задатки та здібності до професійної діяльності за фахом підготовки
3. Схема опису характеру людини.

Методи контролю та оцінювання знань

Загальне оцінювання здійснюється через вимірювання результатів навчання у формі проміжного (модульного) та підсумкового контролю (залік, захист індивідуальної роботи тощо) відповідно до вимог зовнішньої та внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти.

Політика щодо академічної доброчесності

Тексти індивідуальних завдань (в т.ч. у разі, коли вони виконуються у формі презентацій або в інших формах) можуть перевіряютись на плагіат. Для цілей захисту індивідуального завдання оригінальність тексту має складати не менше 70%. Виключення становлять випадки зарахування публікацій Здобувачів у матеріалах наукових конференціях та інших наукових збірниках, які вже пройшли перевірку на плагіат.

Списування під час тестування та інших опитувань, які проводяться у письмовій формі, заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). У разі виявлення фактів списування з боку здобувача він отримує інше завдання. У разі повторного виявлення призначається додаткове заняття для проходження тестування.

Політика щодо відвідування

Здобувач, який пропустив аудиторне заняття з поважних причин, має продемонструвати викладачу та надати до деканату факультету документ, який засвідчує ці причини.

За об’єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, наукова та науково-практична конференція (круглий стіл) тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Методи контролю

Основні форми участі Здобувачів у навчальному процесі, що підлягають поточному контролю: виступ на практичних заняттях; доповнення, опонування до виступу, рецензія на виступ; участь у дискусіях; аналіз першоджерел; письмові завдання (тестові, індивідуальні роботи у формі рефератів); та інші письмові роботи, оформлені відповідно до вимог. Кожна тема курсу, що винесена на лекційні та практичні заняття, відпрацьовується Здобувачами у тій чи іншій формі, наведеній вище. Обов’язкова присутність на лекційних заняттях, активність впродовж семестру, відвідування/відпрацювання усіх аудиторних занять, виконання інших видів робіт, передбачених навчальним планом з цієї дисципліни.

При оцінюванні рівня знань Здобувача аналізу підлягають:

- характеристики відповіді: цілісність, повнота, логічність, обґрунтованість, правильність;
- якість знань (ступінь засвоєння фактичного матеріалу): осмисленість, глибина, гнучкість, дієвість, системність, узагальненість, міцність;
- ступінь сформованості уміння поєднувати теорію і практику під час розгляду ситуацій, практичних завдань;

- рівень володіння розумовими операціями: вміння аналізувати, синтезувати, порівнювати, абстрагувати, узагальнювати, робити висновки з проблем, що розглядаються;
- досвід творчої діяльності: уміння виявляти проблеми, розв'язувати їх, формувати гіпотези;
- самостійна робота: робота з навчально-методичною, науковою, допоміжною вітчизняною та зарубіжною літературою з питань, що розглядаються, уміння отримувати інформацію з різноманітних джерел (традиційних; спеціальних періодичних видань, ЗМІ, Internet тощо).

Тестове опитування може проводитись за одним або кількома змістовими модулями. В останньому випадку бали, які нараховуються Здобувачу за відповіді на тестові питання, поділяються між змістовими модулями.

Індивідуальне завдання підлягає захисту Здобувачем на заняттях, які призначаються додатково.

Також як виконання індивідуального завдання за рішенням викладача може бути зарахована участь Здобувача у міжнародній або всеукраїнській науково-практичній конференції з публікацією у матеріалах конференції тез виступу (доповіді) на одну з тем, дотичних до змісту дисципліни, або публікація статті на одну з таких тем в інших наукових виданнях.

Текст індивідуального завдання подається викладачу не пізніше, ніж за 2 тижні до початку залікової сесії. Викладач має право вимагати від Здобувача доопрацювання індивідуального завдання, якщо воно не відповідає встановленим вимогам.

Результати поточного контролю заносяться до журналу обліку роботи. Позитивна оцінка поточної успішності Здобувачів за відсутності пропущених та невідпрацьованих практичних занять та позитивні оцінки за індивідуальну роботу є підставою для допуску до підсумкової форми контролю. Бали за аудиторну роботу відпрацьовуються у разі пропусків.

Підсумковий контроль здійснюється під час проведення залікової сесії з урахуванням підсумків поточного та модульного контроля. Під час семестрового контролю враховуються результати здачі усіх видів навчальної роботи згідно зі структурою кредитів.

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.

Розподіл балів для дисципліни з формою контролю залік

Поточне оцінювання		Інд. робота	Залік	Сума балів
Змістові модулі				
1	2			
20	20	30	30	100

Шкала оцінювання індивідуальної роботи

Оцінка за національною шкалою	**Кількість балів**	**Критерії**
відмінно	30	відмінне виконання (розкриття теми, посилання та цитування сучасних наукових джерел (не старше 2019 року), **дотримання норм доброчесності**)
	25	відмінне виконання з незначною кількістю помилок виконання (розкриття теми, посилання та цитування сучасних наукових джерел (більшість з яких не старше 2019 року), **дотримання норм доброчесності**)
добре	22	виконання вище середнього рівня з кількома

		помилками (розкриття теми в межах об`єкту та завдань роботи, посилання та цитування сучасних наукових джерел (серед яких є такі, що не старше 2019 року), **дотримання норм доброчесності**)
	20	виконання з певною кількістю помилок (розкриття теми в межах об`єкту та завдань роботи, наявність посилань та цитувань наукових джерел, **дотримання норм доброчесності**)
задовільно	18	виконання роботи задовольняє мінімальним критеріям помилок (розкриття теми в основному в межах об`єкту роботи, наявність концептуального апарату роботи, присутність не менше 5 посилань та цитувань наукових джерел, **дотримання норм доброчесності**)

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	**A**	Зараховано
82-89	**B**	
74-81	**C**	
64-73	**D**	
60-63	**E**	
35-59	**FX**	Не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	**F**	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Умови допуску до підсумкового контроля

Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем.

Здобувач, який не виконав вимог робочої програми по змістових модулях, не допускається до складання підсумкового контролю. В цьому разі він повинен виконати визначене викладачем додаткове завдання по змісту відповідних змістових модулів в період між основною та додатковою сесіями.

Здобувач має право на опротестування результатів контроля (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами КНУБА, які розміщені на сайті КНУБА та зміст яких доводиться Здобувачам до початку вивчення дисципліни.

Методичне забезпечення дисципліни

Навчальні посібники:

1. Кацавець Р. С. Психологія особистості: навч. посіб. Київ : Алерта, 2021. 134 с.
2. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 208 с.
3. Бабко Н. М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
4. Ткаченко О.В. Професійна етика та психологія спілкування в ресторанному господарстві : навч. посіб. Київ : Світ книг, 2020. 98 с.

5. Мілютіна К. Л., Трофімов А. Ю. Психологія сучасного бізнесу : навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. 168 с.

Інформаційні ресурси:

1. Сучасний тлумачний психологічний словник. URL : https://archive.org/details/psyxoloh2007
2. Психологія. URL : https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/10117/
3. Психологічний журнал. URL :http://psyj.udpu.edu.ua/
4. Психологія і особистість. Журнал. URL : http://psychpersonality.pnpu.edu.ua/
5. Психологічний часопис. URL : http://psychology-naes-ua.institute/read/1620/
6. Український психологічний журнал URL :http://upj.com.ua/indexa.php?page=archieve

Методичні роботи:

http://org2.knuba.edu.ua