



Силабус навчальної дисципліни
«ПСИХОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ ТА ПОВЕДІНКИ
СПОЖИВАЧІВ»
ОПП «Психологія бізнесу»
Спеціальність: 053 Психологія
Галузь знань: 05 "Соціальні та поведінкові науки"

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна циклу вільного вибору
Курс	3
Семестр	5
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити/120 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	психологічні особливості та етапи процесу продажів; психологічні складові технологій продажів; особистісні характеристики споживачів; технології дослідження споживчої поведінки; етичні правила бізнес-психологів.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Вивчаються: психологічні складові процесу продажів; вербальні техніки продажу; підходи до вивчення споживчої поведінки; напрямки вивчення поведінки споживачів; психологічний інструментарій оцінки споживчої поведінки; психодіагностичні методи для вивчення особистісних характеристик споживачів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН3. Здійснювати пошук інформації з різних джерел, у тому числі з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, для вирішення професійних задач. ПРН8. Презентувати результати власних досліджень усно/письмово для фахівців і нефахівців у галузі психології бізнесу. Встановлювати відмінність між особливостями продажу та купівлі. Опанувати техніки вербально та невербальної взаємодії для отримання успішних результатів. Враховувати індивідуальні особливості та статистичні показники споживчої поведінки. Обирати аналіз споживчої поведінки враховуючи психологічні, соціальні, культурні умови. Застосовувати відповідні психодіагностичні методики дослідження мотиваційної, емоційної сфер споживачів.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	ЗК2.Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях . ФК3. Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків. ФК6. Здатність самостійно планувати, організувати та здійснювати психологічне дослідження для вирішення професійних задач. Розумітись та відрізняти психологію продажів від психології купівлі. Аналізувати з психологічної точки зору суб'єкт-суб'єктну взаємодію у ситуації продажів. Виокремлювати психологічні компоненти та етапи успішних продажів. Використовувати техніки вербальної взаємодії для досягнення результатів. Застосовувати візуальну діагностику для оцінки співрозмовника, клієнта. Виокремлювати індивідуальні характеристики споживача. Застосовувати методи дослідження споживчої поведінки.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Психологія продажу основні поняття. Психологічна складова технологій продажів. Професійні та особистісні якості продавця.

	<p>Соціально-психологічний аналіз поведінки споживача. Соціально-психологічний аналіз поведінки споживача. Зовнішні чинники впливу на споживчу поведінку. Внутрішні чинники поведінки людини як споживача. Соціально-психологічні методи дослідження поведінки покупців.</p> <p>Види занять: лекційні, практичні, тренінгові вправи, обговорення.</p> <p>Методи навчання: пояснювально-ілюстративний, групова дискусія, тренінгові прийоми, проєктивні психологічні вправи, ситуаційні задачі, презентація, методи активної взаємодії.</p> <p>Форми навчання: очна.</p>
Пререквізити	«Загальна психологія», «Вікова психологія», «Психологія ділового спілкування».
Пореквізити	Знання з даної дисципліни можуть бути використанні при вивченні таких дисциплін, як «Психологічне забезпечення переговорного процесу», «Технології тренінгової роботи в бізнес структурах», а також для підготовки до написання курсової роботи.
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Баліцька О.П. Моделювання поведінки споживачів як засіб обґрунтування маркетингових стратегій підприємств: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: 08.00.04 ПВНЗ Європейський університет. Київ, 2010. 16 с. 2. Іваненко Л.М., Язвінська О.М. Захист прав споживачів: підручник. Київ: Юрінком Інтер, 2014. 496 с. 3. Плескач В.Л., Затонацька Т.Г. Електронна комерція: підручник. Київ: Знання, 2007. 535 с. 4. Трохимець О.І. Вплив внутрішнього середовища супермаркетів на імпульсивні покупки споживачів. <i>Економіка та держава</i>. Київ, 2013. № 2. С. 33-34. <p>Репозитарій НТБ НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Савельєв М.С. Оцінка лояльності споживачів до торгової марки. <i>Науковий погляд: економіка та управління</i>. Київ, 2020. Вип.1(67). С. 105-111. URL: http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42652 2. Незалежне оцінювання якості освітніх послуг здобувачами вищої освіти: досвід та перспективи. <i>Вісник НАУ. Серія: Педагогіка. Психологія</i>. Київ: НАУ, 2018. Вип. 1(12). С. 52-60. URL: http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/36102
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Мультимедійна аудиторія кафедри 8.1207
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік
Кафедра	Кафедра авіаційна психологія
Факультет	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
Викладач(і)	 <p>ПІБ: Лич Оксана Миколаївна Посада: доцент кафедри авіаційної психології Вчений ступінь: канд. психол. наук Профайл викладача: Профіль Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=ri308s4AAAAJ Профіль ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0873-3319 Профіль ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Oksana_Lych Профіль Publons: https://publons.com/researcher/1876470/oksana-m-lych Профіль на сайті НТБ НАУ: http://lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=10615</p>

	E-mail: Oksana.lych@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 8.1207
Оригінальність навчальної дисципліни	Укладена на основі надбань з галузі відбору персоналу, загальної психології, психології особистості, психодіагностики, психології продажів.
Лінк на дисципліну	