



	<p style="text-align: center;">Силабус навчальної дисципліни «ПСИХОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ ТА ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ» Освітньо-професійна програма: Психологія бізнесу Спеціальність: С 4 Психологія Галузь знань: С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини</p>
Рівень вищої освіти	Перший рівень вищої освіти (освітній)
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. ПР4. Здійснювати реферування наукових джерел, обґрунтовувати власну позицію, робити самостійні висновки. ПР10. Формулювати думку логічно, доступно, дискутувати, обстоювати власну позицію, модифікувати висловлювання відповідно до культуральних особливостей співрозмовника. ПР17. Демонструвати соціально відповідальну та свідому поведінку, слідувати гуманістичним та демократичним цінностям.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	ЗК2.Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях . ЗК6. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК8. Навички міжособистісної взаємодії. ФК10. Здатність дотримуватися норм професійної етики. ФК11. Здатність до особистісного та професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Психологія продажу основні поняття. Психологічна складова технологій продажів. Професійні та особистісні якості продавця. 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. Види занять: лекційні, практичні. Методи навчання: пояснювально-ілюстративний, групова дискусія, проєктивні психологічні вправи, ситуаційні задачі, презентація, методи активної взаємодії. Форми навчання: очна.
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 КАІ	Науково-технічна бібліотека КАІ. Репозитарій НТБ КАІ: 1. Беркова О.П., Коваленко А.В., Пустова О.О. Нейромаркетинг – як новітній метод нетрадиційного впливу на поведінку споживачів. <i>Актуальні проблеми сучасної науки</i> : зб. наук. пр. XLIV міжн. наук.–практ. конф. (30 жовтня 2019 р.). Харків – Вена – Берлін – Астана, 2019. С. 53–56. URL: http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42953 2. Власова-Чмерук О.М. Процеси соціального порівняння як проблема користувачів соціальних мереж. <i>Авіаційна та екстремальна психологія у контексті технологічних досягнень</i> : зб. наук. праць. Київ: «Кафедра», 2021. С. 167–171. URL: https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/50006 3. Касьянова Н.В., Жаб'як С.А. Оцінка рекламного контенту в соціальних мережах. <i>Бізнес-Інформ.</i> 2019. № 11. С. 434–439. URL: http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42009 4. Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Савельєв М.С. Оцінка лояльності споживачів до торгової марки. <i>Науковий погляд: економіка та управління</i> : наук. журн. 2020. Вип. 1(67). С. 105–111. URL: http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42652 5. Melnykova-Kurhanova O. Gender Stereotypes in Ukrainian Mass Media and Media Educational Tools to Contain Them. <i>Postmodern Openings.</i> 2022. № 13(1). P. 372–387. URL: https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/56606
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Мультимедійна аудиторія кафедри 8.1203 (кабінет з комп'ютером, екраном та проектором для демонстрації медіа-матеріалів), презентації, бланки тестів, творчі завдання.
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру
Кафедра	авіаційної психології та управління людським фактором
Факультет	психології, комунікацій та перекладу
Викладач(і)	 ПІБ: Лич Оксана Миколаївна Посада: професор кафедри авіаційної психології Вчений ступінь: доктор психологічних 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 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	https://apsx.nau.edu.ua/sylabusy/

Розробник

Оксана Лич

В.о. завідувача кафедри

Лада ЯКОВИЦЬКА