



Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни

Маркетинг психологічних послуг



Шифр та назва спеціальності
053 – Психологія

Освітня програма
Психологія

Рівень освіти
Магістр

Семестр
2 (10)

Інститут
ННІ Соціально-гуманітарних технологій

Кафедра
Педагогіки та психології управління
соціальними системами імені акад. І.А. Зязюна
(301)

Тип дисципліни
Вибіркова

Мова викладання
Українська

Викладачі, розробники



Воробйова Євгенія Вячеславівна

Yevheniia.Vorobiova@khpi.edu.ua

Кандидат педагогічних наук, доцент, доцентка кафедри педагогіки та психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна НТУ «ХПІ».

Досвід роботи – 18 років. Автор понад 60 наукових та навчально-методичних праць. Провідний лектор з дисциплін: «Психологія менеджменту, маркетингу та реклами», «Економічна психологія», «Освітній менеджмент» «Фасилітаційна психологія».

Детальніше про викладача на сайті кафедри

<https://web.kpi.kharkov.ua/ppuss/uk/portfolio-vorobjovoj-yevgeniyi-vyacheslavivni/>

Загальна інформація

Анотація

Дисципліна «Маркетинг психологічних послуг» дозволяє здобувачам опанувати сучасні підходи до маркетингової діяльності, особливості реалізації маркетингу послуг, засвоїти ефективні технології маркетингового дослідження в сфері надання психологічних послуг, розробляти та планувати комплекс маркетингу для психологічних послуг, здійснювати та реалізовувати маркетингові програми в сфері психологічних послуг.

Мета та цілі дисципліни

Метою дисципліни є: – оволодіння магістрантами сучасним аналітичним мисленням та системою спеціальних знань у галузі прикладного маркетингу; формування розуміння концептуальних основ системного підходу щодо реалізації маркетингу психологічних послуг; можливість застосовувати базових принципів маркетингу в сфері надання психологічних послуг; здатність складати програму маркетингового дослідження з подальшою розробкою комплексу маркетингу в сфері надання психологічних послуг.

Формат занять

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Підсумковий контроль – іспит.

Компетентності

ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК2. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

СК 5. Здатність організувати та реалізувати просвітницьку та освітню діяльність для різних категорій населення у сфері психології

Результати навчання

ПР1. Здійснювати пошук, опрацювання та аналіз професійно важливих знань із різних джерел із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

ПР10. Здійснювати аналітичний пошук відповідної до сформульованої проблеми наукової інформації та оцінювати її за критеріями адекватності.

ПР11. Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 180 год. (6 кредитів ECTS): лекції – 32 год., практичні заняття – 32 год., самостійна робота – 116 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Організаційна психологія, Психологія невизначеності та ризику в професійній діяльності.

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Лекції проводяться інтерактивно з використанням мультимедійних технологій. На лекційних заняттях використовуються: розповідь, пояснення, демонстрація, дискусія.

На практичних заняттях студенти виконують завдання з проведення маркетингових досліджень, готують доповіді. Для цього вони використовують персональні комп'ютери тощо.

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення, інструктаж; наочні – демонстрація, ілюстрація; вправи, контрольні роботи.

За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

Навчальні матеріали доступні студентам в хмарному середовищі Google Disk.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Парадигма маркетингу. Базові поняття

Сутність та основні поняття маркетингу. Функції, принципи маркетингу. Завдання маркетингу.

Сутність та основні категорії маркетингу. Система засобів маркетингу.

Тема 2. Послуга як продукт маркетингу. Характеристика ринку послуг.

Структура ринку і його основні елементи. Послуга як елемент маркетингового середовища.

Особливості ринку послуг. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні.

Тема 3. Методи маркетингового дослідження ринку послуг.

Сутність та необхідність маркетингових досліджень. Зміст та принципи проведення маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень. Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень МТП та ССОМАР, про сутність, термінологію, принципи та правила проведення маркетингових досліджень.

Тема 4. Комплекс маркетингу психологічних послуг.

Взаємозв'язок між потребами цільових клієнтів та комплексом маркетингу для послуг. Характеристика складових комплексу маркетингу в сфері послуг.

Тема 5. Планування маркетингу в сфері психологічних послуг.

Схема аналізу маркетингового плану. Аналіз комерційної реальності проекту. Аналіз забезпеченості проекту матеріальними ресурсами

Тема 6. Маркетингові дослідження в сфері психологічних послуг.

Маркетинг психологічних послуг в соціальній сфері . Визначення консалтингових послуг як соціального товару. Концепція маркетингу психологічних послуг комерційної/некомерційної організації. Маркетингове управління психологічними послугами комерційної/некомерційної організації.

Тема 7. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень в сфері психологічних послуг.

Інформаційне забезпечення управління маркетингом соціальних послуг. Складові комплексу маркетингу (по Котлеру). Реклама як засіб здійснення маркетингу психологічних послуг. Внутрішньорекламна реклама. Реклама з метою створення престижу організації в суспільстві (Public Relations). Реклама з метою розширення збуту. Основні типи реклами, планування реклами та цілі стратегії реклами. Процес планування реклами. Оцінка економічної ефективності реклами. Дизайн в стратегії маркетингу та рекламної діяльності. Управління електронною комерцією і онлайн маркетинг психологічних послуг

Тема 8. Зарубіжний досвід маркетингу психологічних послуг.

Соціальні послуги як невід'ємна частина суспільного устрою з а зарубіжних країн. Досвід задоволення психологічних потреб в громадах. Світові моделі надання психологічних послуг. Механізм надання психологічних послуг в країнах Євросоюзу

Теми практичних занять

Тема 1. Базові поняття маркетингу та їх особливості.

Вивчення основних понять та функцій маркетингу. Ознайомлення з основними категоріями маркетингу. Аналіз можливих напрямів реалізації маркетингу в сфері психологічних послуг.

Тема 2. Характеристика ринку послуг.

Ознайомлення із загальним уявленням про послуг та ринку послуг. Вивчення особливостей ринку послуг та його нормативно-правового супроводу. Визначення можливих напрямів ринку психологічних послуг.

Тема 3. Маркетингові дослідження на ринку психологічних послуг.

Ознайомлення із загальною процедурою проведення маркетингового дослідження. Аналіз та порівняння маркетингового дослідження з емпіричним психологічним дослідженням. Вивчення базових положень міжнародного маркетингового кодексу.

Тема 4. Комплекс маркетингу в сфері послуг і особливості його реалізації.

Вивчення особливостей реалізації маркетингового дослідження психологічних послуг на практиці. Аналіз складових комплексу маркетингу для психологічних послуг.

Тема 5. Практика реалізації маркетингу в сфері психологічних послуг.

Ознайомлення із базовими принципами аналізу маркетингового плану. Аналіз комерційної реальності проекту. Аналіз забезпеченості проекту матеріальними ресурсами

Тема 6. Практичні маркетингові дослідження в сфері психологічних послуг.

Ознайомлення із консалтинговими послугами як соціальним товаром. Аналіз та порівняння концепції маркетингу психологічних послуг комерційної/некомерційної організації. Визначення особливостей маркетингового управління психологічними послугами комерційної/некомерційної організації.

Тема 7. Практичне застосування інформаційного забезпечення маркетингових досліджень в сфері психологічних послуг.

Ознайомлення з рекламою як засобом здійснення маркетингу психологічних послуг. Аналіз внутрішньорекламної реклами. Вивчення реклами з метою створення престижу та іміджу організації в суспільстві (Public Relations). Практична реалізація зі створення рекламного продукту із просування психологічної послуги.

Тема 8. Зарубіжний досвід маркетингу психологічних послуг.

Ознайомлення зі світовими моделями надання психологічних послуг. Аналіз практичних механізм надання психологічних послуг в країнах Євросоюзу.

Теми лабораторних робіт

Лабораторні заняття в рамках дисципліни не передбачені

Самостійна робота

Самостійна робота студента зводиться до опрацювання лекційного матеріалу, підготовці до практичних занять, виконання індивідуального варіанту розрахункового завдання (в групах по 3 особи) з використанням методичних рекомендацій.

Студентам також рекомендуються додаткові матеріали (відео, статті, підручники) для самостійного вивчення та аналізу, підготовки до лекційних та практичних занять.

Література та навчальні матеріали

Основна література

1. Готовність до адаптивного управління сучасного менеджера в умовах конкуренції на ринку праці / Романовський О. Г., Чеботарьов М.К., Воробйова Є.В., Резнік С.М., Панфілов Ю.І., Костиця І.В. за заг. ред. О. Г. Романовського. – Харків: НТУ «ХПІ», 2018. – 166 с
2. Основи публік рілейшнз: навч. посібник / О.Г. Романовський, Н.В. Середа, Є.В. Воробйова. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2018. – 196 с. (рекомендовано вченою радою НТУ «ХПІ», протокол №2 від 03.03.2017р.)
3. Длігач А. О. Інтегровані маркетингові стратегії. Економічний аналіз. Тернопіль: ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2012. Вип. 10. Частина 4. С. 77–81.
4. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
5. Іванечко Н. Р. Маркетинг підприємств сфери розваг і відпочинку. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія Економічні науки. 2018. № 2 (87). С. 101-107. URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1465>
6. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.
7. Гончаров С.М. Маркетинг – Рівне: НУВГП, 2007. – 364 с
8. Котлер Филип, Армстронг Гари. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2. европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом "Вильямс", 2006. – 943 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-БУКВ, 2018. 208 с. 13. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.
10. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.: Ред.-упор О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 4-те вид. – К.: Навчально-мтеодичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні». – 2009. – 648 с.
11. Павленко А. Ф. Маркетинг – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
12. Примак Т.О. Маркетинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Міжрегіональна академія управління персоналом. – Вид. 2-ге, випр. та доп. – К.: МАУП, 2007. – 228 с.
13. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків. Підручник. – Київ: Лазарит-Поліграф, 2012, 480 с
14. Електронне видання Української Асоціації Маркетингу. URL: <https://docplayer.ru/92640532-Elektronne-vidannya-ukrayinskojiasociaciyi-marketingu.html> (дата звернення: 22.01.2023).

15. Електронне видання American Marketing Association. URL: [https:// www.marketingpower.com](https://www.marketingpower.com).(дата звернення: 22.08.2022).

Додаткова література

10. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін. ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
11. Новітній маркетинг : навч. посіб. Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанович та ін.; за ред. Є. В. Савельєва. Київ: Знання, 2008. 420 с.
12. Окрепкий Р. Б. Реалізація концепції масової кастомізації у сфері послуг. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. Випуск №25. С. 182–185.
14. Руделіус В., Азарян О. М., Бабенко Н. О. та ін. Маркетинг (2-ге) 3-тє Українське видання. Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти, 2008. 648 с.
15. Скибінський С. В., Штуль В. П. Маркетинг : навч. посібник у схемах і таблицях. Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. Київ: КНЕУ, 2007. 224 с.
16. Старостіна А. О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика : підручник. Київ.: Знання, 2009. 1071 с.
17. Фірсова С. Г. Маркетинг : навч. посіб. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 324 с.
18. Хрупович С. Є. Іванечко Н. Р. Інструменти управління креативним маркетингом. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. №1. С. 138-143. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNUES-2020-N1\(278\).pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNUES-2020-N1(278).pdf).

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

100% підсумкової оцінки складаються з результатів оцінювання у вигляді заліку (20%) та поточного оцінювання (80%).
Залік: письмове завдання (2 запитання з теорії + практичне завдання з аналітичним висновком) та усна доповідь.
Поточне оцінювання: 4 онлайн тести(60%), та розрахункове завдання (20%)

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХП»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХП» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувач кафедри
Олександр РОМАНОВСЬКИЙ

Дата погодження, підпис

Гарант ОП

