



Силабус освітнього компонента Програма навчальної дисципліни



Психологія менеджменту, маркетингу та реклами

Шифр та назва спеціальності
Всі спеціальності НТУ «ХПІ»

Інститут
ННІ Соціально-гуманітарних технологій

Освітня програма
Всі освітні програми НТУ «ХПІ»

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

Рівень освіти
бакалавр

Тип дисципліни
Вибіркова

Семестр
5, 7

Мова викладання
Українська

Викладачі, розробники



Воробйова Євгенія Вячеславівна

Yevheniia.Vorobiova@khi.edu.ua

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

Досвід роботи – 20 років. Автор понад 60 наукових та навчально-методичних праць. Провідний лектор з дисциплін: «Техніки фасилітації в діяльності психолога», «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 «Психологія менеджменту, маркетингу та реклами» дозволяє здобувачам опанувати сучасні підходи до реалізації прикладних аспектів психологічного знання в практику менеджменту організацій, маркетингової діяльності, особливості реалізації маркетингових досліджень на засадах психологічного підходу, засвоїти ефективні технології маркетингового дослідження, розробляти та планувати реалізацію рекламної діяльності з використання психологічних технік впливу, здійснювати та реалізовувати комплексне дослідження створення організації з використанням психологічних аспектів менеджменту, маркетингу та реклами .

Мета та цілі дисципліни

Метою дисципліни є: – оволодіння здобувачами сучасним аналітичним мисленням та системою спеціальних знань у галузі прикладних аспектів психологічного знання в сфері менеджменту, маркетингу та реклами; формування розуміння концептуальних основ

системного підходу щодо реалізації маркетингових досліджень; можливість застосовувати базові принципи психологічної науки в сфері менеджменту, маркетингу та реклами; здатність скласти програму маркетингового дослідження з подальшою розробкою комплексу рекламної діяльності.

Формат занять

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

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредити ECTS): лекції – 16 год., практичні заняття – 32 год., самостійна робота – 72 год.

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 OneDrive корпоративної мережі НТУ «ХПІ» в Microsoft Office 365.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Теоретичні основи психології менеджменту

Сутність та основні поняття менеджменту. Функції, принципи менеджменту. Реалізація психологічних принципів для процесу менеджменту.

Тема 2. Трудова діяльність особистості в організації, її особливості та механізми регуляції.

Трудова діяльність як об'єкт психологічних досліджень. Дизайн робіт в організації як елемент психологічного забезпечення праці персоналу. Мотивація персоналу: психологічні теорії та підходу до ефективної реалізації. Забезпечення ефективної трудової діяльності персоналу.

Тема 3. Лідерство і керівництво в організації. Загальне поняття лідерства.

Теорії лідерства. Лідерство в організаціях: формальний та неформальний аспект. Керівництво на засадах лідерства.

Тема 4. Психологія управління людськими ресурсами

Управління людськими ресурсами як психологічна проблема. Управлінська діяльність керівника в організації. Соціально-психологічний клімат та його вплив на ефективність роботи колективу. Конфлікти в організаціях та шляхи їх вирішення.

Тема 5. Психологія в маркетингу.

Базові засади маркетингу. Психологічне знання для маркетингової діяльності. Маркетингові дослідження на засадах психологічного підходу. Особливості реалізації маркетингових досліджень із застосуванням психологічних технік.

Тема 6. Психологія ПР як наука і практика взаємодії з громадськістю.

Основи публік релейшнз. Особливості реалізації ПР на основі психології масової поведінки. Техніки психологічного впливу на суспільну думку: позитивні та негативні аспекти.

Тема 7. Реклама як комунікація та засіб маркетингу та ПР

Реклама з метою створення престижу організації в суспільстві. Реклама з метою розширення збуту. Основні типи реклами, планування реклами та цілі стратегії реклами. Процес планування реклами. Оцінка економічної ефективності реклами.

Тема 8. Особливості сучасної реклами.

Доброчесність реклами як показник високого рівня розвитку суспільства. Дизайн в стратегії маркетингу та рекламної діяльності. Управління електронною комерцією і онлайн маркетинг психологічних послуг.

Теми практичних занять

Тема 1. Базові поняття психології менеджменту.

Вивчення основних понять та функцій менеджменту. Ознайомлення з процесом менеджменту. Визначення психологічних засад реалізації функцій та принципів менеджменту в організації.

Тема 2. Організація трудової діяльності персоналу.

Ознайомлення із загальними принципами трудової діяльності. Визначення найбільш ефективних технологій мотивації. Аналіз чинників, що забезпечують ефективність трудової діяльності персоналу.

Тема 3. Керівництво в організаціях на засадах лідерства.

Аналіз базових теорій лідерства. Визначення ролі керівника-лідера для успіху організаційної діяльності. Аналіз сучасних підходів до лідерської позиції керівних суб'єктів в організації.

Тема 4. Управління людським ресурсом в організації: психологічний аспект.

Вивчення особливостей сучасного управлінського процесу в організаціях. Аналіз психологічної складової в роботі менеджерів з персоналу. Вивчення тенденцій розвитку соціально-психологічного клімату в колективі. Аналіз базових концепцій конфліктної поведінки. Вивчення методів вирішення конфліктних ситуацій в організації.

Тема 5. Психологічні аспекти маркетингу.

Ознайомлення із базовими принципами маркетингу. Аналіз особливостей маркетингової діяльності. Вивчення особливостей маркетингових досліджень. Реалізація психологічного знання при проведенні маркетингового дослідження.

Тема 6. Психологічні аспекти реалізації публік рілейшнз (ПР).

Ознайомлення із технологіями ПР в різних сферах суспільного життя. Вивчення технології ПР для різних випадків їх застосування (передвиборча кампанія, формування суспільної думки щодо окремих питань суспільного розвитку, ІПСО тощо).

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

Ознайомлення з рекламою як засобом здійснення маркетингу послуг. Аналіз реклами, як механізму просування товари/послуги/організації. Вивчення реклами з метою створення престижу та іміджу організації в суспільстві. Практична реалізація зі створення рекламного продукту із просування товару/послуги/організації.

Тема 8. Сучасна реклама в контексті суспільних трансформацій.

Ознайомлення зі світовими трендами рекламної діяльності та створенні рекламних продуктів різного типу. Аналіз рекламних продуктів доброчесного та не доброчесного характеру. Вивчення технології створення рекламного продукту.

Теми лабораторних робіт

Лабораторні заняття в рамках дисципліни не передбачені

Самостійна робота

Самостійна робота студента зводиться до опрацювання лекційного матеріалу, підготовки 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., Костиря 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. Адізес І.К. Командне лідерство. Як порозумітися з будь-яким менеджером / перекл. з англ. С. Сарвіри. Київ: Наш Формат, 2019. 312 с
4. Бакаленко О. А. Психологія управління: навч. посібник – Харків: ХНУРЕ, 2020. – 120 с
5. Длігач А. О. Інтегровані маркетингові стратегії. Економічний аналіз. Тернопіль: ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2012. Вип. 10. Частина 4. С. 77–81.
6. Дуткевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління: Навчальний посібник / Дуткевич Т.В. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 456
7. Гончаров С.М. Маркетинг – Рівне: НУВГП, 2007. – 364 с
8. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навчальний посібник / Карамушка Л.М. – К.: Міленіум, 2003. – 344 с
9. Карпов А.В. Психологія менеджмента: Учеб. Пособие / Карпов А.В. — М.: Гардарики, 2005. — 584 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-БУКВ, 2018. 208 с.
11. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.
12. Краут Д., Райс Е. Маркетингові війни / Джек Краут, Ел Райс – В-во «Фабула», 2019. – 240 с
13. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: Підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Академвидав, 2003. – 416 с.
14. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. Теорія і практика: Навч. посібник / Лозниця В.С. – К.: ТОВ «УВПК «Екс об», 2001. – 512с
15. Парасюк О. О. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг послуг» для студентів 4 курсу денної та заочної форм навчання за напрямом підготовки 6.030601 – Менеджмент|| / О.О. Парасюк; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2012.- 86 с.
16. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник / Орбан-Лембрик Л.Е. – К.: Академвидав, 2003. – 568 с. – (Альма-матер).
17. Технології роботи організаційних психологів: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів післядиплом. освіти / за наук. ред. Л.М. Карамушки. – К.: Фірма „ІНКОС”, 2005. – 366 с.
18. Ткачук С.В. Маркетинг послуг [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. галузі знань 0305 "Економіка і підприємництво" напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної та заочної форм навч. / С.В. Ткачук. – К.: НУХТ, 2015. – 119 с.
19. 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.
20. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків. Підручник. – Київ: Лазарит-Поліграф, 2012, 480 с
21. Електронне видання Української Асоціації Маркетингу. URL: <https://docplayer.ru/92640532-Elektronne-vidannya-ukrayinskoyiasociaciyi-marketingu.html> (дата звернення: 22.01.2023).
22. Електронне видання American Marketing Association. URL: [https:// www.marketingpower.com](https://www.marketingpower.com). (дата звернення: 22.08.2022).

23. Електронне видання *Psychology & Marketing*. Marketing psychological services: Using client problem and solution perceptions to design help offering promotional appeals David B. Jones URL: [https://doi.org/10.1002/1520-6793\(200103\)18:3<261::AID-MAR1008>3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/1520-6793(200103)18:3<261::AID-MAR1008>3.0.CO;2-7) (дата звернення: 24.01.2024)
24. Електронне видання *The Career Development Quarterly*. Counselor Actions to Facilitate Client Change During Life-Design Counseling Xiaopeng Tian, Zhi-Jin Hou, Danni Wang, Suzanne Savickas, Xueliang Chang, Ying Cao, Yin Jia URL: <https://doi.org/10.1002/cdq.1221> (дата звернення: 24.01.2024)
25. Електронне видання *Journal of Consumer Marketing*. Conversations about conducting marketing research in mental health Machin, J.E., Brister, T., Bossarte, R.M., Drenten, J., Hill, R.P., Holland, D.L., Martik, M., Mulder, M., Martik, M., Viswanathan, M., Yeh, M.A., Mirabito, A.M., Rapp Farrell, J., Crosby, E. and Ross Adkins, N., URL: <https://doi.org/10.1108/JCM-02-2022-5212>

Додаткова література

26. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін. ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
27. 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).
28. Pashootanzadeh M., Khalilian S. Application of the AIDA model: Measuring the effectiveness of television programs in encouraging teenagers to use public libraries // *Information and Learning Science*. 2018. Vol. 119. Iss. 11. P. 635– 651.
29. Khan, M A, Ali, I, Ashraf, R. A Bibliometric Review of the Special Issues of *Psychology & Marketing*: 1984-2020. *Psychology & Marketing*. 2020; 37: 1144– 1170. <https://doi.org/10.1002/mar.21393>

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

100% підсумкової оцінки складаються з результатів оцінювання у вигляді заліку (40%) та поточного оцінювання (60%).
Залік: письмове завдання (2 запитання з теорії + практичне завдання з аналітичним висновком) та усна доповідь.
Поточне оцінювання: 2 онлайн тести(20%), та розрахункове завдання (40%)

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 «ХПІ»: 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 «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувачка кафедри
Ніна Підбуцька

Дата погодження, підпис

Гарант ОП

Назва дисципліни



Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»