

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ НА ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ РИНКАХ»



Ступінь освіти	Магістр
Освітньо-професійна програма	Усі ОПП ЗВО
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС
Тривалість викладання	2 семестр, 3 чверть 2021-2022 н.р.
Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень	120 годин
лекції	2 години
практичні	2 години
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Маркетингу

Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=2468>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Психологія продажів на високотехнологічних ринках»



Інформація про викладача:

Палехова Людмила Львівна

Професор кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

Персональна сторінка

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/palekhova.php>

E-mail: Paliekhova.L.L@nmu.one

1 Анотація до курсу

Психологія продажів на високотехнологічних ринках – висвітлює основні принципи, зміст та методичні засади щодо організації спеціалізованої діяльності, у тому числі з метою розробки стратегій і методів продажів на високотехнологічних ринках, а також розробки технік та методів психологічного впливу у продажах високотехнологічних товарів. Здобувачі вищої освіти освоюють знання щодо законодавчого регулювання діяльності з продажів на високотехнологічних ринках, аналізу попиту і очікувань на високотехнологічних ринках. Особлива увага приділяється питанням оцінки емоційних переваг при виборі брендів високотехнологічних товарів.

Цей курс фокусується на питаннях *розвитку потреб та підвищення ринкової цінностей високотехнологічних товарів через призму Цілей сталого розвитку і Четвертої промислової революції*, що є викликом для нової генерації менеджерів та маркетологів.

2 Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» є формування компетентностей щодо маркетингового управління продажами на високотехнологічних ринках на принципах Цілей сталого розвитку у контексті завдань Четвертої промислової революції.

Завдання курсу:

- *ознайомити* здобувачів вищої освіти з концепцією продажів на високотехнологічних ринках, принципами, цілями та завданнями маркетингової діяльності у продажах високотехнологічних товарів;
- *розглянути* методи аналізу клієнтської бази та ідентифікації потенційних споживачів на високотехнологічному ринку;
- *вивчити* маркетингові методи оцінки, формування та підтримки лояльності та задоволення споживачів на високотехнологічному ринку;
- *сформувати навички* з використання інструментів та техніки психологічного впливу у продажах високотехнологічних товарів.

Результати навчання:

- *знати* концепцію маркетингу високотехнологічних ринків та нові досягнення в теорії та практиці продажів високотехнологічних товарів;
- *вміти* діагностувати стан життєвого розвитку ринку та здійснювати розробку моделі маркетингу, проектів і програм просування високотехнологічних продуктів;
- *вміти* адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці продажів високотехнологічних товарів;
- *вміти* формувати і вдосконалювати методи і техніки продажів високотехнологічних товарів;
- *демонструвати навички* з використання новітніх принципів, підходів, методів, прийомів у продажах високотехнологічних товарів.

Опис дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з трьох навчальних модулів, а саме:

- Навчальний модуль 1 «Поняття високотехнологічного товару та особливості високотехнологічного ринку»;
- Навчальний модуль 2 «Маркетинг на високотехнологічних ринках»;
- Навчальний модуль 3 «Психологія та техніки продажів на високотехнологічних ринках».

Кожен з модулів є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Структура курсу

Тиждень	Вид занять	Тема	Форма занять	ауд. год.
Навчальний модуль 1 «Поняття високотехнологічного товару та особливості високотехнологічного ринку»				
1	Лекція	Тема 1 Завдання маркетингу у вимірі технічної революції 4.0	Вступна лекція	2
	Практичне заняття	Функції, завдання та показники маркетингу за глобальними техніко-технологічними перетвореннями ринку	Круглий стіл	2
	Індивідуальна самостійна робота	Стратегія України щодо розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року і бізнес	-	-
2	Лекція	Тема 2 Поняття високотехнологічного товару та ринку	Проблемна лекція Експрес-опитування	2
	Практичне заняття	Характеристика високотехнологічних товарів та ринків	Ситуаційна вправа	2
	Індивідуальна самостійна робота	Характеристики сегментів відносно стадій життєвого циклу високотехнологічного товару	-	-
3	Модульна контрольна робота №1			2
	Практичне заняття	Типи розривів у попиту відносно життєвого циклу високотехнологічних товарів	Прес-конференція	2
Усього за модулем № 1				12
Навчальний модуль 2 «Маркетинг на високотехнологічних ринках»				
4	Лекція	Тема 3: Трансформація ринкової моделі бізнесу	Дуальна лекція Експрес-опитування	2
	Практичне заняття	Аналіз поведінкових реакцій споживача при виборі високотехнологічного товару	Ділова гра	2
	Індивідуальна самостійна робота	Поняття ціни володіння (Customer cost) та надання цінності (Convenience) на високотехнологічних ринках	-	-
5	Лекція	Тема 4 Маркетинговий аналіз попиту і очікувань на високотехнологічних ринках	Проблемна лекція Експрес-опитування	2
	Практичне заняття	Вимірювання ступеня задоволення споживачів високотехнологічних товарів	Ситуаційна вправа	2
	Індивідуальна самостійна робота	Аналіз попиту і ступеню чутливості попиту на різні види високотехнологічних товарів	-	-

Продовження

Тижні	Вид занять	Тема	Форма занять	ауд. год.
6	Модульна контрольна робота №2			2
	Практичне заняття	Маркетинговий аналіз привабливості атрибутів високотехнологічних товарів	Прес-конференція	2
Усього за модулем № 2				12
Навчальний модуль 3 «Психологія та техніки продажів на високотехнологічних ринках»				
7	Лекція	Тема 5 Аналіз емоційних переваг при виборі брендів високотехнологічних товарах	Проблемна лекція Експрес-опитування	2
	Практичне заняття	Оцінка задоволеності та лояльності споживачів на високотехнологічному ринку	Групові дискусії	2
	Індивідуальна самостійна робота	Вивчення цінності для покупця і цінності від покупця на високотехнологічному ринку	-	-
8	Лекція	Тема 8 Техніки психологічного впливу у продажах	Лекція-дискусія Експрес-опитування	2
	Практичне заняття	Маркетингові дослідження за технологією Brand Mapping	Ситуаційна вправа	2
	Індивідуальна самостійна робота	Обґрунтування вибору технік психологічного впливу у продажах	-	-
9	Модульна контрольна робота №3			2
	Практичне заняття	Розробка власних технік психологічного впливу	Брейнстормінг	2
Усього за модулем № 3				12
Всього аудиторних занять				36

Інформація для студентів заочної форми навчання

На сайті університету розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем відповідно до розкладу. Виконані контрольні роботи завдання здаються за 2 тижні до початку сесії згідно графіку навчального процесу. Виконані контрольні роботи на сторінці на сторінці курсу на платформі Moodle. Виконання комплексної контрольної роботи для студентів заочної форми навчання є обов'язковим. Підсумкова оцінка за дисципліну дорівнює середньому суми оцінок за контрольну роботу, аудиторні заняття та залікову роботу.

5 Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Ofic365 На практичних заняттях необхідно мати засоби для автоматизації математичного обчислення (калькулятори або інше).

6 Оцінювання результатів навчання

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Regulations_on_evaluation_of_educational_results.pdf . Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок здобувачів вищої освіти різних закладів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2 Засоби та процедури

Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
Лекції	контрольна робота за певним розділом (темою)	виконання під час лекційних занять (перевірка) Максимальна кількість балів за правильне виконання: 100 балів	Екзамен у письмовій формі; екзаменаційні білети складаються з 5 тестових запитань, 1 відкрите запитання, 1 кейсове завдання.	Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 4 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 30 балів. Правильне виконання кейсового завдання оцінюється у 50 балів. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Практичні заняття	Індивідуальні та групові завдання за кожною темою	виконання під час практичних занять (участь у дискусії; перевірка)		
Самостійна робота дома	Індивідуальні самостійні роботи	Виконується дома, захист під час практичних занять		

Оцінка з поточної успішності вимірюється як середня з суми оцінок за модульні контрольні роботи, за виконання класних практичних завдань та індивідуальних самостійних робіт. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання здійснюється засобом здачі екзамену, якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку. Екзамен відбувається у формі письмового іспиту.

7 Політика курсу

7.1 Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Code%20of%20Academic%20Integrity.pdf. У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється

незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2 Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день (щодня) поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Telegram-каналі. Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри маркетингу в соціальних мережах Facebook, Instagram. Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» (www.do.nmu.org.ua). Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3 Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Лекційні та практичні заняття не проводяться повторно, оцінки з поточного контролю неможливо отримати під час консультації.

7.5 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6 Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах, що стосуються питань навчального модулю, мають право на додаткові 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

7.7 Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=p4K7bIuPIU6JlujdHwPmNsbMRMqEYNtIpXFCoj4k6U9UNTJNUlFEMjUwTDZYNVpBUFo0T1dUNkhESi4u> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на Ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою Вашої навчальної

активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та урахувати Ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни.

8 Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. Застосовуються такі види та технології проведення лекцій, як вступна лекція, проблемна лекція, дуальна лекція, лекція- конференція, лекція-дискусія. На початку лекційного заняття викладач проводить експрес-опитування для з'ясування рівня засвоєння знань з попередніх тем. На практичних заняттях застосовуються такі методи активного навчання, як групова дискусія, ситуаційна вправа, круглий стіл, ділова гра, брейнстормінг, прес-конференція. Усі практичні заняття проводяться з використанням кейсів по матеріалам відомих українських підприємств. Пояснення та вихідні дані для проведення лекційних та практичних занять наведені у Навчально-методичному посібнику з вивчення дисципліни «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» (див. Палєхова Л.Л., 2021).

9 Рекомендовані джерела інформації

Основні

1 Палєхова Л. Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять. НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 332 с.

2 Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: монографія. За ред. С.М. Ілляшенка. 2008. 615 с.

3 Мур Джеффрі А. Подолання прірви. Маркетинг і продаж хайтек-товарів масового споживача [пер. з англ.]. 2016. 368 с.

4 Чухрай Н. І. Маркетинг на ринках високотехнологічних товарів : монографія. Львів : Нац. ун-т «Львів. політехніка». 2013. 205 с.

Методична

5 Палєхова Л.Л. Навчально-наочний посібник з дисципліни «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» *Електронний ресурс*. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2021. 60 с.

6 Палєхова Л.Л. Методичні вказівки щодо виконання самостійних робіт з дисципліни «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» для студентів очної форми навчання *Електронний ресурс*. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2021. 15 с.

Додаткова

7 Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография: 2-е изд., перераб. и доп. [М. Шмидт, Б. Хансманн, Д. А. Палехов, Г. Г. Пивняк, Ю. С. Шемшученко, А. Ф. Павленко, А. Г. Шапарь, В. Я. Швец, Л. Л. Палехова]. Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ. 2016. 432 с.

8 Швець В. Я., Палєхова Л. Л., Палєхов Д. Адаптивний менеджмент для цілей циркулярної економіки. *Створення високотехнологічних екокомплексів в Україні на основі концепції збалансованого (стійкого) розвитку*. Вип. 99 / ДВНЗ «Піднепр. держ. академія буд-ва і архітектури». Дніпро, 2017.

9 Palekhova L., Podzolkova D. (2018) Problems of the renewable energy market development in Ukraine. *NESEFF-NETZWERKTREFFEN Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg*.

10Palekhov D., Palekhova L. (2021) Energy management in industry: Ukrainian lessons from Covid-19 pandemic. *Transposition of the Acquis Communautaire – Migration and Environment. Umweltrecht in Forschung und Praxis* 66. Verlag Dr. Kovač, Hamburg PP. 10-27.

11Palekhov D., Palekhova L. (2021) Environmental sustainability in achieving the sustainable production and consumption: challenges of a Post-Soviet transition economy. *Transposition of the Acquis Communautaire – Migration and Environment. Umweltrecht in Forschung und Praxis* 66. Verlag Dr. Kovač, Hamburg. PP. 60-87.

12Dreshpak N., Paliekhova L. New electricity market in Ukraine: transformation of market participants and working conditions. *Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021*. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 57-66.

13Nechai N. & Paliekhova L. Circular innovation in small business: German and Ukrainian experience. *Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021*. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 179-184.

14Paliekhova L. Network effects of sustainability in high-tech markets. *Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021*. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 185-189.

15Paliekhova L., Honcharenko Y. Analysis of the potential solar energy market in Ukraine. *Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021*. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 81-90.

Законодавчі акти та міжнародні документи

1 Господарський кодекс України. Редакція від 14.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 31.05.2021)

2 Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій. Закон України від 06.10.2006, №143-16. Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-16> (дата звернення 31.05.2021)

3 Про інноваційну діяльність. Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. Редакція від 01.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/card2#Card> (дата звернення 31.05.2021)

4 Про наукову і науково-технічну експертизу. Закон України № 51/95-ВР від 10.02.1995. Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/51/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 31.05.2021)

5 Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. Розпорядження Кабінет Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р.

6 Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України № 722/2019 від 30.09.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення 31.05.2021)

7 European Commission, 2010. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. COM(2010) 2020 final. URL: <https://www.eea.europa.eu/policy-documents/com-2010-2020-europe-2020> (date of access: 31.05.2021)

8 WSIS (2005): Tunis Agenda for the Information Society. WSIS-05/TUNIS/DOC/6(Rev.1)-R, 18 November 2005. URL: http://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/agenda_wsis.pdf (date of access: 31.05.2021)

9 WSIS (2003-2005): World Summit on the Information Society: Geneva 2003 –Tunis 2005. URL: <http://www.itu.int/net/wsis/basic/about.html> (date of access: 31.05.2021)

10 WSIS Forum 2020 — Virtual Workshops and Special Tracks: Starting from 22 June 2020; Final Week: 7–10 September 2020.

Інтернет ресурси

1 Промислова діджиталізація (Індустріалізація 4.0). URL: https://www.intech-ukraine.com/ua/business-divisions/industry-digitalization/?gclid=cjwkcajwyvajbhbpeiwa8d38vayvjb3hic60sx13_wrykabllea_jsmi6fv-lfgwlorpnfxqdkvtxoc0daqavd_bwe (date of access: 31.05.2021)

2 Білі книги по технічних стандартах від ТК185. URL: <https://industry4-0-ukraine.com.ua/2019/12/18/white-papers-on-technical-standards/> (date of access: 31.05.2021)

3 Індустрія 4.0 в Україні. URL: <https://industry4-0-ukraine.com.ua/results-of-the-2nd-year-national-industry-strategy-4-0/> (date of access: 31.05.2021)