

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ПСИХОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ НА ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ РИНКАХ»,**  
**вибіркова Soft Skills**



<b>Ступінь освіти</b>	Магістр
<b>Освітня програма</b>	усі ОПП НТУ «ДП»
<b>Загальний обсяг</b>	4 кредитів ЄКТС
<b>Тривалість викладання</b>	2 семестр, 3 чверть 2022-2023 н.р.
<b>Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень</b>	120 годин 4 години на тиждень
<b>лекції</b>	2 години
<b>практичні</b>	2 години
<b>Мова викладання</b>	українська

**Кафедра, що викладає:** Маркетингу

**Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»:**

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

**Інші додаткові ресурси:** команда «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» у TEAMS

**Консультації:** за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

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



**Інформація про викладача:**

**Палєхова 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

**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.

Цей курс побудовано на засадах **Студенто-центрованого підходу (Student-Centered Approach)**, який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

## **2 Мета та завдання навчальної дисципліни**

Метою викладання навчальної дисципліни «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» є формування компетентностей щодо управління продажами на високотехнологічних ринках у контексті глобальних Цілей сталого розвитку та Стратегії України щодо розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року.

### **Завдання курсу:**

- *ознайомити* здобувачів вищої освіти з концепцією продажів на високотехнологічних ринках, особливостями високотехнологічного продукту як об'єктів продажу;
- *розглянути* трансформацію ринкової моделі бізнесу та з'ясувати принципи хай-тек-маркетингу;
- *вивчити* методи аналізу клієнтської бази, формування лояльності та задоволення споживачів на високотехнологічному ринку;
- *сформувати навички* з використання базових принципів і технологій з оцінки брендів високотехнологічних товарів та психологічного сприйняття нових високотехнологічних товарів.

### **Результати навчання:**

- *знати* основні завдання Стратегії України щодо розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, особливості високотехнологічної продукції як об'єкту продажів, концепцію маркетингу у вимірі технічної революції 4.0 та концепції сталого розвитку;

– *вміти* діагностувати напрями трансформації ринкової моделі бізнесу, встановлювати психографічні типи споживачів та особливості їх поведінки на високотехнологічному ринку;

– *вміти* застосовувати модель хай-тек-маркетингу, здійснювати дослідження попиту на високотехнологічних ринках та ідентифікувати потенційних споживачів високотехнологічних товарів;

– *демонструвати навички* з аналізу емоційних переваг при виборі брендів високотехнологічних товарів та використання методів і технік продажів високотехнологічних товарів.

### **3 Структура курсу**

#### **ЛЕКЦІЇ**

- 1 Науково-технічна революція у забезпеченні сталого розвитку.
- 2 Поняття високотехнологічного товару.
- 3 Трансформація ринкової моделі бізнесу.
- 4 Модель хай-тек-маркетингу.
- 5 Аналіз попиту і очікувань на високотехнологічних ринках.
- 6 Ідентифікація потенційних споживачів високотехнологічних товарів.
- 7 Аналіз емоційних переваг при виборі брендів високотехнологічних товарів.
- 8 Техніки психологічного впливу у продажах.

#### **ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ**

- 1 Круглий стіл: Індустріалізація, інфраструктура та інновації у забезпеченні сталого розвитку.
- 2 Ситуаційна вправа: Ідентифікація типу інноваційності /технологічності товару.
- 3 Ситуаційна вправа: Типи розривів у попиті відносно життєвого циклу високотехнологічних товарів.
- 4 Ділова гра: Аналіз поведінкових реакцій споживача при виборі високотехнологічного товару.
- 5 Ситуаційна вправа: Аналіз привабливості атрибутів високотехнологічних товарів.
- 6 Групова дискусія: Вимірювання ступеня задоволення споживачів високотехнологічних товарів.
- 7 Ситуаційна вправа: Маркетингові дослідження за технологією Brand Mapping.
- 8 Конференція: Техніки психологічного впливу.

**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 розміщуються 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.

#### 4 Оцінювання результатів навчання

Сертифікація досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача за дисципліною.

##### 4.1. 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 зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

##### 4.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувача за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувач на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання. Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та

підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

### ***Засоби діагностики та процедури оцінювання***

<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>			<b>ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ</b>	
<b>навчальне заняття</b>	<b>засоби діагностики</b>	<b>процедури</b>	<b>засоби діагностики</b>	<b>процедури</b>
лекції	контрольні завдання за кожною темою	-	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів;
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		залік
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю практичних заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Також практичні завдання оцінюються якістю виконання індивідуального самостійного завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі здобувача шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен здобувач під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання. Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня НРК.

## **5 Політика курсу**

### **5.1 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 плагиату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», [http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us\\_documents/System\\_of\\_prevention\\_and\\_detection\\_of\\_plagiarism.pdf](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](https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Code%20of%20Academic%20Integrity.pdf). У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагиат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

## **5.2 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](http://www.do.nmu.org.ua)). Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

## **5.3 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).

## **5.4 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.

## **5.5 Політика щодо оскарження оцінювання**

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

## **5.6 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.

## **5.7 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 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.

## **6 Методи навчання**

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. Застосовуються такі види та технології проведення лекцій, як вступна лекція, проблемна лекція, лекція-конференція та 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 круглий стіл, ситуаційна вправа, ділова гра, групова дискусія, конференція. Усі практичні заняття проводяться з використанням кейсів по матеріалам відомих українських підприємств. Пояснення та вихідні дані для проведення самостійних і практичних (класних) робіт наведені у Методичні вказівки щодо виконання самостійних з дисципліни «Психологія продажів на високотехнологічних ринках» (див. Палехова Л.Л., 2021).

## **7. Інструменти, обладнання та 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 Офіс365.

## **8 Рекомендовані джерела інформації**

### ***Основні***

1 Палехова 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 Джеффри 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.

### *Методичні*

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

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

### *Додаткові*

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. Швець, Л. Л. Палехова]. Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ. 2016. 432 с.

8. Швець В. Я., Палехова Л. Л., Палехов Д. Адаптивний менеджмент для цілей циркулярної економіки. *Створення високотехнологічних екокомплексів в Україні на основі концепції збалансованого (стійкого) розвитку*. Вип. 99 / ДВНЗ «Придніпр. 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*.

10. Palekhov 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.

11. Palekhov 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.

12. Dreshpak 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.

13. Nechai 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.

14. Paliekhova 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.

15. Paliekhova 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 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 01.06.2022)

2 Про інноваційну діяльність. Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/card2#Card> (дата звернення 01.06.2022)

3 Про наукову і науково-технічну експертизу. Закон України № 51/95-ВР від 10.02.1995. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/51/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 01.06.2022)

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

5 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 01.06.2022)

6 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: 01.06.2022)

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

8 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: 01.06.2022)