

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ»</p> <p>Рівень вищої освіти: Другий (магістерський) Спеціальність: <u>242 Туризм</u> Рік навчання: <u>1-й</u>, семестр <u>2-й</u> Кількість кредитів ECTS: <u>4 кредити</u> Назва кафедри: <u>Менеджменту</u> <u>зовнішньоекономічної діяльності,</u> <u>готельно-ресторанної справи та</u> <u>туризму</u></p> <p>Мова викладання: <u>українська</u></p>
Лектор курсу	д.е.н., доц. Головня Олена Михайлівна
Контактна інформація лектора (e-mail)	<u>elen@vsau.vin.ua</u>, <u>ellens@meta.ua</u>

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Психологія бізнесу» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 120 год.: лекції - 24 год.; практичні заняття - 22 год., самостійна робота - 74 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, консультації.

Підсумковий контроль – залік.

При вивченні даної дисципліни можуть використовуватися знання, отримані з таких дисциплін: «Міжнародний агробізнес».

Основні положення навчальної дисципліни можуть застосовуватися при вивченні таких дисциплін: «Управління проєктами у туризмі».

Призначення навчальної дисципліни

Психологія бізнесу – це формування високих професійних знань та якостей студентів менеджерів. Призначення навчальної дисципліни полягає в тому, щоб забезпечити орієнтування студентів в специфічних психологічних складових праці (що є предметом багатьох наук). Це дозволить молодому фахівцеві, з одного боку, упевнено зберегти професійну позицію в роботі, а з іншого, взаємодіяти з представниками суміжних областей знання про працю при рішенні міждисциплінарних завдань. Студент дістане можливість сформувати систему наукових понять і науково впорядкованих базових уявлень про усі істотні аспекти активності людини як суб'єкта праці, що розуміється в найширшому значенні слова (і як виробництво матеріальних предметів або інформації, або корисних дій з обслуговування людей, по управлінню соціальними процесами).

Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Психологія бізнесу» є формування знань про психологічні особливості особистості бізнесмена та механізми розвитку і функціонування підприємницької організації. Сформувати у студентів комплекс знань з основ ведення сучасного бізнесу; допомогти майбутньому фахівцю оволодіти інструментарієм прийняття ефективних господарських рішень.

Задачі вивчення дисципліни

Задачами навчальної дисципліни «Психологія бізнесу» є:

- застосовувати теоретичні знання та поняття у практичній діяльності.
- вивчення суті та форм ведення бізнесу в сучасних умовах господарювання, принципів вибору певного виду підприємницької діяльності;
 - поглибити теоретичні знання з методологічних та методичних проблем психології бізнесу;
 - оволодіння новітніми управлінськими підходами та застосування сучасних науково-технічних досягнень в процесі ведення бізнесу;
 - опанування інструментарієм прийняття ефективних господарських рішень.

ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКИХ НАБУВАЄ ЗДОБУВАЧ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен сформувати такі програмні компетентності:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК4. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК):

СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

PH5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

PH6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

PH12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

ПЛАН ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Тема 1. Психологія бізнесу як міждисциплінарна наука	2	2	4
2	Тема 2. Характеристика психологічних ознак підприємництва	2	2	6
3	Тема 3. Проблема особистості в бізнесі	2	2	6
4	Тема 4. Психологія ділового спілкування у підприємстві та бізнесі	2	2	6
5	Тема 5. Специфіка ведення бізнесу у підприємницькій організації	2	2	6
6	Тема 6. Психологічна сутність підприємницької діяльності	2	2	6
7	Тема 7. Психологічні особливості рекламної політики.	2	2	6
8	Тема 8. Психологічні особливості команди в бізнесі.	2	2	6
9	Тема 9. Професійні деформації особистості в бізнесі	2	2	4
10	Тема 10. Успіх у бізнесі	2	-	6
11	Тема 11. Психологічні механізми просування бренду	2	2	6
12	Тема 12. Стрес в бізнесі і стратегії її подолання	2	2	6
Разом		24	22	74

Самостійна робота студента (СРС) — це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом без безпосередньої участі викладача. СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Мета самостійної роботи студентів: розвиток творчих здібностей та активізацій розумової діяльності студентів; формування в студентів потреби безперервного самостійного поповнення знань; здобуття студентом глибокої системи знань як ознаки міцності знань; самостійна робота студентів як результат морально-вольових зусиль.

Методичне керівництво самостійною роботою студента з дисципліни «Психологія бізнесу» здійснює викладач.

Метою СРС є засвоєння навчальної програми в повному обсязі та послідовне формування у студентів самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у підготовці сучасного фахівця вищої кваліфікації.

В ході самостійної роботи студент має перетворитися в активного учасника навчального процесу, набути здатність самостійного оволодіння

теоретичними і практичними компетенціями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі.

Основні види самостійної роботи здобувача

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Самостійна робота з метою підготовки до поточних аудиторних занять	22	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	20	2 рази на семестр	Усне та письмове опитування
3	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	14	2 рази на семестр	Виступ в аудиторії з презентацією, усний захист, дискусія в групі на тему презентації
4	Підготовка до модульного контролю та іспиту	18	3 рази на семестр	Тестування у системі Сократ
Разом		74		

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Григорчук Т.В. Брендінг: навчальний посібник для дистанційного навчання. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/>.
2. Росс, М. Емпатія в бізнесі. Співпереживання як двигун корпоративного успіху. Правила гри для брендів, лідерів і команд. Київ: Yakaboo Publishing, 2021. 232 с.
3. Ткач Є. Організація власного бізнесу: навч. посіб. Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці: Рута, 2023. 263 с.
4. Джонсон М. Вплив брендів. Таємна сила нейронауки в маркетингу пер. з англ. Олега Буйвола. Харків: Віват, 2023. 381 с.
5. Райт К. Побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі; пер. з англ. Наталії Савчук. Харків: Віват, 2023. 300 с.

Додаткова література

1. Прокопенко Н. О., Лопушинська О. В. Механізм управління екологічним маркетингом при виході на ринок еко-товарів. *Матеріали XXI*

Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю «Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології», Одеса : ОРІДУ НАДУ. 2020. С. 216-217

2. Змітрович Д. Д., Солнцев С. О. Портфель брендів компанії: структура та управління. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2018. №12. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/134960>.

3. Солнцев М. І., Давидова Є. Б., Зозульов О. В. Споживач у сучасному світі: проблеми ідентифікації, самосприйняття і взаємовідносини з навколишнім світом. Використання в маркетингу. *Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук, праць*. К.: ФІТУУ «КПІ». Вип. 12. 2018. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/130983>

4. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил*. 2019. Випуск 4. С. 75-85.

5. Двудіт З. П., Наумчук С. І. Контент маркетинг як інструмент успішного функціонування вітчизняних компаній. *Економіка та держава*. 2018. №10. С. 10- 13.

6. Адамова О. С. Вплив психологічних характеристик особистості на відносини в бізнесі. *Габітус*. 2020. Вип. 18(2). С. 7-11.

7. Струкова О. В. Соціально-психологічні аспекти мотивації жінок у бізнесі. *Габітус*. 2020. Вип. 16. С. 238-242.

Інформаційні ресурси

1. Британське бюро дослідження ринку (British Market Research Bureau, BMRB). URL: <http://www.bmrb.co.uk>

2. Консалтинг, маркетинг, маркетингові дослідження, комерційна діяльність, статистика, цінова інформація, цінові експертизи, ринки металів і металобрухту, руда, вугілля, феросплави, сільгосппродукція. URL: <http://www.expert.kiev.ua/>

3. Міжнародна компанія ринкових досліджень «Euromonitor». URL: <http://www.euromonitor.com>

4. Міністерство економіки України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>

5. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua>

6. Маркетинговий портал. URL: <http://www.marketing-research.in.ua>.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ ДО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
1	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
4	Виконання контрольних робіт, тестування	6
5	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
Всього за атестацію 1		30
Атестація 2		
6	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
9	Виконання контрольних робіт, тестування	6
10	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
Всього за атестацію 2		30
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності		10
Підсумкове тестування		30
Разом		100

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для заліку
90-100	A	зараховано
82-89	B	
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни