




МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної
кібернетики

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва курсу	Деонтологія та психологія маркетингу
Викладач 	<u>Бойко Світлана Володимирівна</u> викладач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
Контактний тел.	+38(050) 5137832
E-mail:	boikosv@kntu.kr.ua
Обсяг та ознаки дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна, рубіжних контролів – 2. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 18 годин, практичні заняття – 18 годин, самостійна робота – 54 години. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2022.
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відеоконференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Messenger, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	Особливі вимоги відсутні, але, враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна краще засвоюється після опанування наступних дисциплін: «Університетська та фахова освіта» та «Ділове спілкування».

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «деонтологія та психологія маркетингу» є формування у здобувачів системи загальних теоретичних знань та практичних навичок професійної морально-етичної поведінки, формування у здобувачів системи цінностей, соціально-етичних норм та відповідальності маркетолога, а також формування системи знань щодо базових категорій психології, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності з урахуванням впливу спілкування та міжособистісних відносин, психологічних аспектів поведінки споживачів.

Завдання вивчення дисципліни:

- засвоєння студентами теоретичних засад та практичних вмінь етичної ділової поведінки;
- оволодіння прийомами та нормами розв'язання практичних ситуацій;
- формування свідомого професіонала, здатного ефективно та високоморально виконувати свої функціональні обов'язки;
- формування компетентностей, важливих для особистісного розвитку майбутніх фахівців та забезпечення їхньої конкурентоспроможності на сучасному ринку праці;
- надання базових знань щодо основних понять та загальних закономірностей психології;
- набуття навичок ефективної взаємодії з усіма учасниками робочого процесу.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен **знати:**

- основні постулати етики, ділової етики, моралі та найвищі моральні цінності у суспільстві;
- прикладні аспекти етики у сфері маркетингу;
- особливості та способи організації ділових переговорів, зустрічей та прийомів;
- нормативно-правове забезпечення здійснення маркетингової діяльності;
- способи, типи і стилі управління підприємством на засадах соціально-етичного маркетингу;
- інструментарій формування іміджу та репутації в бізнесі;
- ключові аспекти етики в здійсненні комунікаційної діяльності;
- предмет, об'єкти, цілі та завдання психології як науки про мислення, поведінку і діяльність людей; структуру психіки як предмета психології;
- загальні закономірності економічної психології; психологічні проблеми прийняття рішень;
- базові знання про психічні процеси, властивості і стани людини, про процеси прийняття рішень, про вплив спілкування та міжособистісних відносин на психіку людей;

вміти:

- нести відповідальність за наслідки своєї діяльності;
- користуватись етичним кодексом маркетолога в професійній діяльності;
- поводитися у суспільстві так, щоб викликати до себе довіру і симпатію;
- обирати ділових партнерів і налагоджувати ділові зв'язки з ними, оформлювати візитні картки, робити запрошення на ділові і неформальні зустрічі;
- правильно, на засадах соціально-етичного маркетингу, організувати процес управління на підприємстві;
- адекватно поводитися на службі незалежно від власної посади;
- формулювати свої професійні проблеми і завдання зрозумілою мовою;
- вибудовувати психологічно ефективні взаємини з колегами по роботі;
- передбачати і запобігати конфліктні ситуації міжособистісного спілкування;
- знаходити серед членів колективу найбільш талановитих і здібних фахівців і допомагати їм у розкритті їх потенціалу в сфері бізнесу, економіки, фінансів та інших областях професійної діяльності;
- оволодіти практичними прийомами саморегуляції психіки з метою зниження ступеня схильності негативним стресовим і емоційним станам;
- користуватись прийомами швидкого запам'ятовування (мнемотехніки) інформації, необхідної для прийняття ефективних рішень у сфері економіки, комерційної діяльності, маркетингу та суміжних областях; формування просування та реклами товарів і послуг у сфері своєї професійної діяльності; управління та ефективної організації колективної професійної діяльності;

набути соціальних навичок (soft-skills):

- здійснювати професійну комунікацію;
- ефективно пояснювати і презентувати матеріал;
- працювати в команді діяльності та виділяти авторський внесок;
- взаємодіяти в економічному та юридичному середовищі.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукаїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

Теми для вивчення до першого рубіжного контролю

ТЕМА 1. Вступ до деонтології та психології маркетингу.

ТЕМА 2. Деонтологія маркетингу. Сумісність бізнесу і моралі. Соціальна відповідальність.

ТЕМА 3. Етичні проблеми маркетингу

ТЕМА 4. Соціально-етичний маркетинг.

ТЕМА 5. Правові аспекти маркетингової діяльності в Україні.

ТЕМА 6. Етика ділової поведінки.

ТЕМА 7. Міжнародні аспекти деонтологічних проблем в маркетингу.

Теми для вивчення до другого рубіжного контролю

ТЕМА 8. Психологія в маркетинговій діяльності.

ТЕМА 9. Психологія маркетингових досліджень.

ТЕМА 10. Психологія в товарно-асортиментній політиці.

ТЕМА 11. Психологічні аспекти маркетингових комунікацій.

ТЕМА 12. Психологія політики розподілу.

ТЕМА 13. Психологія споживача і цінові стратегії .

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів. Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних, практичних, семінарських заняттях та виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

6. Рекомендована література

Базова

1. Балджи М.Д. Етика бізнесу: навчальний посібник К.: ФОП Гуляєва В.М., 2021. 332 с.
2. Бойчук І.В., Басій Н.Ф. Етика в рекламній та PR-діяльності [Текст]: навчальний посібник. Львів: Львів. торгово-економ. ун-т, 2019. 204 с.
3. Бутко М. П. Економічна психологія. навч. посіб. / За заг. ред. Бутко М. П. / М. П. Бутко, А. П. Неживенко, Т. В. Пепа – К. : «Центр учбової літератури», 2017. – 232 с.

4. Пачковський, Ю. Ф. Психологія підприємництва : навч. посіб. / Ю. Ф. Пачковський. – К. : Каравела, 2017. – 416 с.
5. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Воляннюк, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська, І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко, О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.
6. Постоян Т. Г. Психологія управління : навч. посібн. Одеса : Університет Ушинського, 2020. 195 с.
7. Москалець В. П. Загальна психологія: підручник. / В. П. Москалець. – К. Ліра–К.;, 2020. – 564 с.
8. Аболіна Т. Г., Нападиста В. Г., Рихліцька О. Д та ін., за заг. ред. Панченко В. І. Прикладна етика Навчальний посібник. - К.: «Центр учбової літератури», 2012. - 392 с.
[Прикладна етика](#)

Допоміжна

1. Васільєва Л.М. Формування професійної етики фахівців економічного профілю в умовах закладу вищої освіти. Modern Economics: електрон. наук. фахове вид. з економ. наук. 2021. № 26. С. 25-29. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/4822/1/1.pdf>.
2. Жмай О.В., Філатова М.О. Визначення етичних аспектів застосування нейромаркетингу у сучасних ринкових умовах. Історія народного господарства та економічної думки України: зб. наук. праць. 2021. Випуск 54. С. 136-153.
3. Завалій Т.О., Пащенко О.П., Виговський В.Г. Принципи цифрового етикету в маркетингових комунікаціях. 2022. №2. Том 6. С. 21-37.
4. Задорожна-Княгницька Л.В. Управлінська деонтологія: навчальний посібник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 248 с.
5. Куваєва Т.В., Пілова К.П., Магеррамова І.А. Етика маркетингу та соціальна відповідальність як основа побудови клієнтоорієнтованої стратегії підприємства. Економіка та суспільство. 2021. Випуск 29. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/542/520>.
6. Кузик О.В. Етика в маркетингових комунікаціях. Вісник Хмельницького національного університету, №2, Том 1, 2015 (222) 1. С. 189-192.
7. Кулинич М.М., Перчун А. Персональний імідж керівника як складова успішного функціонування бізнесу на ринку. Scientific collection «Snterconf». 2022. №117. С. 129-136.
8. Кушнір Т.М. Еволюція концепцій маркетингового управління та їх застосування в Україні/ Актуальні питання сучасної економічної науки: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф. (4 грудня 2019 р., Полтава). Полтава, 2019. с. 90-93.
9. Кушнір Т.М. Етика в маркетингу: життєздатність та перспективи. Актуальні проблеми теорії менеджменту, маркетингу та фінансів: наукові ідеї та механізми реалізації: Матеріали всеукраїнської (із зарубіжною участю) наукової конференції. Донецький національний технічний університет. Покровськ: ДВНЗ «ДонНТУ», 2021. С. 192-194.
10. Кушнір Т.М. Методологічні конструкції аналізу маркетингової етики. Проблеми системного підходу в економіці. 2022. №2(88). С. 141-147.
11. Кушнір Т.М. Особливості застосування концепцій маркетингового управління підприємствами на ринку товарів промислового призначення України. Інфраструктура ринку. 2019. №37. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/37-2019>.
12. Кушнір Т.М. Проблеми етичності маркетингових досліджень. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали II

- Міжнародної науково-практичної конференції, 11-12 травня 2022 року / За заг. редакцією проф. Ткаченко А.М. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. с. 247-249.
13. Кушнір Т.М. Соціальний маркетинг як інструмент соціального управління. Проблеми управління соціальним і гуманітарним розвитком: матеріали XIV наук.-практ. конф. за міжнар. участю / за заг. ред. О. Б. Кіреєвої. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2020. С. 53-54.
 14. Липчанський В., Царенко І., Пітел Н. Етика бізнесу як різновид професійної етики в контексті соціальної відповідальності підприємців та управлінських кадрів. Підприємництво та інновації, 2020. Випуск 15. с. 52-58. URL: <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/386/374>. Боковець В.В., Письменний Р.С. Управління іміджем підприємства. Вісник Хмельницького національного університету 2022, № 2, Том 1. С. 128-130.
 15. Майстренко О.В., Андрійченко Ж.О., Близнюк Т.П. Етика комунікації працівників у соціальних мережах та її вплив на імідж компанії. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 38. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1278/1232>.
 16. Пономаренко М.В. Механізм захисту прав споживачів у сфері реклами в Україні. Юридичний бюлетень. 2022. Випуск 24. С. 143-151.
 17. Ромат Є.В., Алданькова Г.В., Березовик К.В. Соціально-етичний маркетинг: монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. 2-ге вид., перероб. і допов. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 372 с.
 18. Руденко І.В., Кулинич Т.В., Непран А.В. Імідж торговельного підприємства: підходи до його формування. БізнесІнформ. 2020. №4. С. 464-471.
 19. Нежинська О., В. М. Тименко. Основи коучингу: Навчальний посібник. - Харків : ТОВ «ДІСА ПЛЮС», 2017. - 220 с. http://megalib.com.ua/book/128_Osnovi_koychingy.html
 20. Слюсаревський М. М. Психологія міграцій: навч. посібник для ВНЗ / М. М. Слюсаревський, О. Є. Блинова; Нац. Академія пед. наук України. Ін-т соціальної та політичної психології. - Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. - 244с.
 21. Рибалка В. В. Психологія та педагогіка праці особистості : від обдарованості дитини до майстерності дорослого: посібник / В. В. Рибалка. -К.: Інститут обдарованої дитини, 2014. - 218с.
 22. Винославська О.В., Бреусенко-Кузнецов О.А., Зливков В.Л., Апішева А.Ш., Васильєва О.С. Психологія Навчальний посібник. - К.: Фірма "ІНКОС", 2005. - 351 с. http://megalib.com.ua/book/36_Psihologiya.html
 23. Бенеш Г. Психологія: dtv-Atlas : довідник / Г. Бенеш ; [пер. з нім. Р. Д. Обухіва] ; наук. ред. пер. В. О. Васютинський ; худож. Герман і Катарина фон Заафельд. – К. : Знання-Прес, 2007. – 511 с.
 24. Загальна психологія : хрестоматія : навч. посібник / упоряд. О. В. Скрипченко та ін. – К. : Каравела, 2008. – 640 с.
 25. Загальна психологія : підручник / [О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін.]. – К. : Каравела, 2009. – 464 с.
 26. Загальна психологія : практикум : навч. посібник / В. В. Волошина, Л. В. Долинська, С. О. Ставицька, О. В. Темрук. – 2-ге вид. – К. : Каравела, 2008. – 280 с.
 27. Максименко С. Д. Загальна психологія : навч. посібник / С. Д. Максименко ; М-во освіти і науки України. – Вид. 3-тє., переробл. і доповн. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 272 с.
 28. М'ясоїд П. А. Загальна психологія : навч. посібник / П. А. М'ясоїд ; [ред. Н. В. Леонова]. – 3-тє вид., виправл. – К. : Вища шк., 2004. – 488 с.

29. Основи психології : підручник / [О. В. Киричук, В. А. Роменець, В. О. Татенко та ін.] ; за заг. ред. О. В. Киричука, В. А. Роменця. – Вид. 6-те, стер. – К. : Либідь, 2006. – 631 с.
30. Павелків Р. В. Загальна психологія : підручник / Р. В. Павелків. – Вид. 3-тє, доповн. – К. : Кондор, 2009. – 571 с.
31. Партико Т. Б. Загальна психологія : [академ. курс] : підручник / Т.Б. Партико ; М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка. – К. : Ін Юре, 2008. – 414 с.
32. Психологія : навч. посібник / [О. В. Винославська, О. А. Бреусенко-Кузнецов, В. Л. Зливков та ін.] ; за наук. ред. О. В. Винославської ; М-во освіти і науки України, Нац. технічний ун-т України «Київський політехнічний ін-т». – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : ІНКОС, 2009. – 390 с.
33. Психологія : підручник / за ред. Ю. Л. Трофімова. – Вид. 5-те, стер. – К. : Либідь, 2005. – 560 с.
34. Рогов Е. И. Общая психология: Курс лекций / Е. И. Рогов. – М. : ВЛАДОС, 1995. – 448 с.
35. Цимбалюк І. М. Психологія : навч. посібник / І. М. Цимбалюк ; М-во освіти і науки України. – К. : Професіонал, 2008. – 576 с.
36. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник : Близько 2500 термінів / В. Б. Шапар. – Х. : Прапор, 2005. – 640 с.

13. Інформаційні ресурси

1. Система дистанційного навчання ЦНТУ «Moodle» – <http://moodle.kntu.kr.ua/>
2. Репозитарій ЦНТУ – <http://dspace.kntu.kr.ua/>
3. Дистанційна платформа навчання «Прометеус» – <https://prometheus.org.ua>
4. Сайт психологічних тестувань та допомоги - <https://www.idrlabs.com/>