

Рівненський державний гуманітарний університет
факультет документальних технологій, менеджменту, технологій та фізики
кафедра економіки та управління бізнесом

Назва дисципліни	Економічна психологія
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Дейнега Інна Олександрівна
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/121-personalii/1222-deineha-inna-oleksandrivna
E-mail викладача:	inna.deineha@rshu.edu.ua
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти навичок ефективного психологічного аналізу економічних явищ на різних рівнях соціального життя суспільства (індивідуальна поведінка, планування сімейних стосунків, створення організаційно-виробничих систем, взаємозв'язок різних суб'єктів економічних відносин, сприйняття фінансової політики, попит і пропозиція людських ресурсів, моделі економічної поведінки населення тощо).

Завдання навчальної дисципліни:

- формування базової системи наукових знань у галузі економічної психології, сучасних концепцій та актуальних проблем теорії та практики цієї навчальної дисципліни;
- опанування знань щодо врахування і пояснення варіативності моделей економічної поведінки, сутності знанневої економіки і шляхів подолання проблем її становлення в Україні;
- засвоєння навичок щодо застосування психологічних закономірностей у сфері господарської діяльності;
- засвоєння навичок щодо теоретичного аналізу проблем економічної психології, які є актуальними в умовах відкритої економіки;
- навчитись використовувати отримані знання і рекомендації стосовно регулювання власної економічної поведінки.

Предмет дисципліни – теоретико-методологічні і прикладні закономірності та особливості прояву індивідуальних і групових психологічних якостей в економічному середовищі, а також чинники і механізми впливу економічних явищ на формування поведінки особистості в ринковому середовищі.

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для другого (магістерського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.

Фахові компетентності:

СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

Очікувані результати навчання:

Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

Р 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

У результаті вивчення курсу «Економічна психологія» здобувачі вищої освіти повинні **знати:**

- історію розвитку економічної психології як системи наукового знання;
- основні концепції економічної психології;
- варіативність економічної поведінки індивіда і соціальних груп у сфері економічного життя;
- моделі психологічного ставлення до економічної проблематики, які є наслідком не лише раціональних інтересів, але й ірраціональних причин;
- економічну сутність та психологічні аспекти підприємництва.

уміти:

- орієнтуватись у психологічних аспектах проблем фінансів і грошового обігу, споживчої поведінки, економічної політики;
- знаходити і аналізувати психологічні чинники, що впливають на економічну активність;
- прогнозувати можливі наслідки впливу психологічних чинників на різні форми економічної поведінки;
- акцентувати увагу на індивідуальних відмінностях економічної поведінки окремих суб'єктів у трансформаційних умовах;
- використовувати отримані знання для формування власної економічної поведінки.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Економічна психологія» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом такої дисципліни як «Соціальна психологія».

Тематичний план дисципліни

Тема 1. Місце та роль психології в економіці та маркетингу.

Тема 2. Еволюція економіко-психологічних ідей в історії розвитку суспільства.

Тема 3. Сучасні тренди економічної психології.

Тема 4. Методи дослідження економічної поведінки.

Тема 5. Економічна свідомість і економічне мислення.

Тема 6. Психологія власності та комерційної таємниці.

Тема 7. Економіко-психологічні передумови розвитку підприємництва.

Рекомендована література та інформаційні ресурси

1. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2016. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Butko_Mykola/Ekonomichna_psykholohiia.pdf.
2. Верт Л. Экономическая психология. Теоретические основы и практическое применение. Х., 2013.
3. Івасюк Ю.Б. Економічна соціологія. Курс лекцій. – Львів: Новий світ-2000, 2006. – 116 с.
4. Кулініч І. О. Психологія управління : навч. посіб. К. : Знання, 2008.
5. Ложкін Г.В., Спасенников В.В., Комаровська В.Л. Економічна психологія: навч. посіб. К.: ВД «Професіонал», 2004. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25806/1/ekonomichnapsihologia.pdf>.
6. Лозниця В.С. Психологія менеджменту: навч. посібник К.: КНЕУ, 1997. 248 с.
7. Максимов Б.В. Психологія бізнесу і підприємництва. К.: Професіонал, 2005. 256 с.
8. Матвеев С.О., Лясота Л.І. Економічна соціологія. Суми: Університетська книга, 2006. 184 с.

Допоміжна література

1. Багоцци Р.П., Герхан-Канли Ц., Пристер Й.Р. Социальная психология потребителя. М.: «Академия», 2008. 272 с.
2. Бардиер Г. Бизнес-психология. М.: Генезис, 2002. 412 с.
3. Ильин В.И. Поведение потребителей: Учеб.пособие. СПб.: Питер, 2000. 223с.
4. Занюк С.С. Психологія мотивації. К.: Либідь, 2002. 304 с.
5. Радаев В. В. Экономическая социология: курс лекций. М.: Аспект Пресс, 1998. 368 с.
6. Сірій Є.В., Фареник С.А. Соціологія підприємництва. К.:Український Центр духовної культури, 2000. 258 с.
7. Скибінський С.В. Поведінка споживачів: навч. посібник. Львів: Укоопспілка Вид-во Львівської КА, 2009. 260с.
8. Статт Дэвид. Психология потребителя. Питер, 2003, 448с.
9. Трейси Байан. Психология продаж. М.: Попурри, 2006, 256с.
10. Фельсер Г. Психология потребителей и реклама. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2009. 704с.
11. Щерба О. І. Суспільство споживання та консюмеризм – нові тенденції та виклики для України. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2021. Вип. 29. С. 85-92.

Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Електронна бібліотека РДГУ. URL: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>.
2. VIPRESHEBNIK. URL: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/>.
- 3.Буковинська бібліотека. URL: <https://buklib.net/books/21875/>.
- 4.OSVITA.UA. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/.
5. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>.
- 7.Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
- 8.Додаток Google AdWords. URL: <https://ads.google.com>.
10. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
11. Бізнес-портал: <http://www.buziness.info>.

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК 4.	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації	Р 14.	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
ЗК 5.	Навички міжособистісної взаємодії	Р8.	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10
СК4.	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом	Р 7.	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта	МН1 МН2 МН3 МН4 МН5 МН6 МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО9 МО10

* МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

** МО1 – екзамен; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквіум; МО4 – тестування; МО5 – командні проекти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «Економічна психологія»

Поточне тестування та самостійна робота							Сума
Змістовий модуль 1							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	
9	15	9	9	9	9	9	
Модульний контроль-31							100

Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	A	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	B	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	C	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	D	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		
60–63	E	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	FX	незадовільно з можливістю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

		повторного складання семестрового контролю	частину навчального матеріалу			
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.