

Назва освітнього компонента	ПСИХОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Кафедра маркетингу
ПБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	—
Рівень (рівні) вищої освіти	перший (бакалаврський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС/ 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	5
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна форма: лекцій – 14 годин, практичних/семінарських – 16 годин, самостійної роботи – 60 годин Заочна форма: лекцій – 6 годин, практичних/семінарських – 6 годин, самостійної роботи – 78 годин
Коротка анотація та мета	Дисципліна формує знання про психологічні закономірності ефективної комунікації та міжособистісної взаємодії. Розглядаються види й моделі комунікації, структура спілкування, комунікативні бар'єри, стереотипи, невербальні засоби та психологічні аспекти сприйняття інформації. Особлива увага приділяється розвитку комунікативної компетентності, психології впливу, управлінню конфліктами, запобіганню маніпуляціям та ефективній комунікації в бізнес-середовищі. <i>Мета:</i> формування у здобувачів здатності ефективно здійснювати міжособистісну та ділову комунікацію, аналізувати поведінку учасників спілкування, долати комунікативні бар'єри та застосовувати психологічні техніки впливу для досягнення професійних цілей.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	<i>Компетентності, що формуються:</i> ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. <i>Програмні результати навчання:</i> ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Поведінка споживачів, Маркетинг, Етика та соціальна відповідальність у маркетинговій діяльності.
Мінімальна та максимальна чисельність групи	—