

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

**Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти**  
*сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015*

***Кафедра психології***

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

вченою радою

(пост. п. 09 від «30» 06 2022 р.)

Ректор

 А. А. Мазаракі



**ПСИХОЛОГІЯ ТОРГІВЛІ /  
PSYCHOLOGY OF TRADE**

**ПРОГРАМА /  
COURSE SUMMARY**

**Київ 2022**

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ  
заборонено**

Автор: І. Д. ЮНИК, кандидат педагогічних наук, доцент  
О.В. ВОЙТЕНКО, кандидат психологічних наук

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри психології 16.10. 2020 р., протокол № 4, розглянуто й схвалено на засіданні Вченої ради факультету економіки, менеджменту та психології 21.10.2020 р., протокол №23.

Рецензенти: В.М. КОРОЛЬЧУК – доктор психологічних наук,  
професор кафедри психології Київського національного  
торговельно-економічного університету;

Н.Д. ГОРДИНЯ – заступник директора Центру  
перепідготовки та підвищення кваліфікації державних  
службовців та посадових осіб місцевого самоврядування  
Київської обласної державної адміністрації, кандидат  
психологічних наук, доцент.

**ПСИХОЛОГІЯ ТОРГІВЛІ /  
PSYCHOLOGY OF TRADE**

**РОБОЧА ПРОГРАМА /  
COURSE OUTLINE**

<b>освітній ступінь</b>	<b>Бакалавр</b>	<b>/ Bachelor</b>
<b>галузь знань</b>	<b>05 Соціальні та поведінкові науки</b>	<b>/ Social and behavioral sciences</b>
<b>спеціальність</b>	<b>053 Психологія</b>	<b>/ Psychology</b>
<b>освітня програма</b>	<b>Практична психологія</b>	<b>/ Practical psychology</b>

## 1. Структура дисципліни та розподіл годин за темами (тематичний план)

№ п/п	Назва теми	Кількість годин					Форми конт- ролю
		Усього кред. / год.	Лек- ції	Семі- нарські заняття	Прак- тичні заняття	Само- стійна робота	
1	Концептуально-теоретичні основи психології торгівлі	18	2	2		14	О, Т
2	Екстринсивна та інтринсивна мотивація в торгівлі	20	4	2		14	О, ПСВ
3	Сенсорні механізми у психології торгівлі	22	4	2	2	14	Т, ПСВ
4	Ціннісні орієнтири в уявному проектуванні техніко-тактичної програми торговельної діяльності	18	2	2		14	КО, П
5	Психологічні детермінанти прийняття рішень у виборі технологій торгівлі	22	4	4		14	ПСВ, ТР
6	Характеристика психологічних якостей фахівця торговельної сфери	22	4	2	2	14	О, ТР
7	Комунікативний простір торговельної діяльності	22	4	2	2	14	КО, П, ТР
8	Візуальна психодіагностика споживачів	22	2	2	2	16	О, Т, ПСВ
9	Професійна етика в торговельній діяльності	18	2	2		14	О, Т
<b>Підсумковий контроль</b>							Екзамен
<b>Усього годин</b>		<b>180/6</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>124</b>	

**Умовні скорочення:** О – опитування; Т – тестування; ПСВ – перевірка ситуаційної справи; КО – колективне обговорення проблеми; П – презентація; ТР – тренінг.

## 2. Тематика та зміст лекційних, практичних (семінарських), лабораторних занять, самостійної роботи

Результати навчання	Навчальна діяльність **	Робочий час студента (год.)	Оцінювання у балах
<p><b>Знати і розуміти:</b> - сутність поняття «психологія торгівлі» та його структуру; - форми психології торгівлі; - сучасні теорії психології торгівлі.</p> <p><b>Вміти:</b> - аналізувати риси стратегічного і цілісного характеру психології торгівлі; - визначати еволюції психології торгівлі; - застосовувати основні методи психології торгівлі.</p>	<p><b>Тема 1. Концептуально-теоретичні основи психології торгівлі</b></p> <p>Лекція 1.1. «Психологія торгівлі» як наука сучасності. План лекції: 1. Психологія торгівлі: сутність поняття та його структура. 2. Поняття і форми психології торгівлі. 3. Види і рівні психології торгівлі.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b> Основний: 1,2,6,7 Додатковий: 1,3,4,6,7 Інтернет-ресурси: 3,4</p>	2	10
	<p><b>Семінарське заняття 1.1</b> <i>Підготувати презентацію тез доповіді на тему:</i> 1. Психологія доіндустріальної торгівлі. 2. Психологія індустріальної торгівлі. 3. Психологія інформаційної торгівлі.</p> <p><b>Самостійна робота студента</b> <b>Контрольні запитання та завдання:</b> 1. Розкрийте основні методи психології торгівлі. 2. Розкрийте зв'язок психології торгівлі з іншими науками.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b> Основний: 2, 3, 4 Додатковий: 1, 7 Інтернет-ресурси: 1, 3, 6, 7</p>	2	
<p><b>Знати і розуміти:</b> - специфіку формування та корекції мотивації у фахівців торговельної сфери та споживачів; - роль оптимуму мотивації у торгівлі; - надбання</p>	<p><b>Тема 2. Екстринсивна та інтринсивна мотивація в торгівлі</b></p> <p>Лекція 2.1. Мотивація як спонукальний фактор розвитку торгівлі. План лекції: 1. Мотивація у торгівлі. 2. Три види інтересу та відчуття потреби у торгівлі. 3. Мета і побудова системи проміжних цілей у мобілізації енергетичного потенціалу фахівців</p>	2	10

<p>Кейнсіанської школи;</p> <p><b>Вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- корегувати інтенсивність екстринсивної та інтринсивної мотивації;</li> <li>- уникати перемотивації у торговельній діяльності;</li> <li>- розрізнати спонукальні та гальмівні функції вольової регуляції психофізіологічної активності та емоційного стану фахівців торговельної сфери і споживачів.</li> </ul>	<p>торговельної сфери та споживачів.</p> <p>Лекція 2.2. Механізми регуляції мотиваційної сили в торгівлі.</p> <p>План лекції:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфіка формування та корекції мотивації у фахівців торговельної сфери та споживачів.</li> <li>2. Довільні та мимовільні вольові зусилля в оцінці ефективності торгівлі.</li> <li>3. Спонукальні та гальмівні функції вольової регуляції психофізіологічної активності та емоційного стану фахівців торговельної сфери.</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел</b></p> <p>Основний: 1,2,3 Додатковий: 2,3,5,9 Інтернет-ресурси: 1,2</p> <p><b>Семінарське заняття 2.1.</b></p> <p>Питання для обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Екстринсивна та інтринсивна мотивація: специфіка їх застосування у торговельній діяльності.</li> <li>2. Мотиваційна сила і перемотивація у торговельній діяльності.</li> <li>3. <i>Навчальна дискусія «Оптимум мотивації і її роль у торгівлі» з метою з'ясування особливостей мотивації споживачів в процесі прийняття рішення про покупку».</i></li> </ol> <p><b>Самостійна робота</b></p> <p><b>Контрольні запитання та завдання:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Розробити практичні рекомендації для фахівців сфери торгівлі: «Корекція інтенсивності емоційного збудження як основа досягнення бажаного емоційного стану працівників торгівлі» з метою засвоєння методів емоційної саморегуляції.</i></li> <li>2. Розкрити особливості Кейнсіанської школи та формування концепції виробництва потреб.</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел</b></p> <p>Основний: 3, 5, 6 Додатковий: 3, 8 Інтернет-ресурси: 2, 3, 7</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>14</p>	
<p><b>Знати і розуміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методи прогнозування, дослідження та аналізу споживчого сприйняття;</li> <li>- критерії впізнаваності торговельної марки;</li> </ul>	<p><b>Тема 3. Сенсорні механізми у психології торгівлі</b></p> <p>Лекція 3.1. Сутність сенсорних механізмів у психології торгівлі.</p> <p>План лекції:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сукупність методів прогнозування, дослідження та аналізу споживчого сприйняття.</li> <li>2. Рецептори сенсорного регістру фахівців торговельної сфери та споживачів (зоровий,</li> </ol>	<p>2</p>	<p>12</p>

<p>- специфіку розподілу уваги на рецептори сенсорного реєстру споживачів.</p> <p><b>Вміти:</b></p> <p>- застосовувати цілісний підхід до використання сенсорних механізмів у торговельній діяльності;</p> <p>- викликати у споживачів емоційний відгук на ознаки торговельної марки;</p> <p>- виділяти глобальні та локальні ознаки торговельної марки.</p>	<p>слуховий, дотиковий, нюховий, смаковий).</p> <p>3. Цілісний підхід до використання сенсорних механізмів у торговельній діяльності.</p> <p>Лекція 3.2. Атрибути сенсорних механізмів у психології торгівлі.</p> <p>План лекції:</p> <p>1. Постійність та релевантність сенсорних атрибутів.</p> <p>2. Емоційний відгук на ознаки торговельної марки та роль його ехоїчного сліду в торговельному процесі.</p> <p>3. Обробка в короткостроковій пам'яті споживачів глобальних та локальних ознак торговельної марки.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b></p> <p>Основний: 1,2,3 Додатковий: 1,5,6 Інтернет-ресурси: 3,4</p> <p><b>Семінарське заняття 3.1.</b></p> <p>Питання для обговорення:</p> <p>1. Увага як психічний процес управління сприйняттям ознак стимуляції торговельної марки.</p> <p>2. Тривалість утримання ехоїчного слухового сліду в сенсорному реєстрі та короткочасній пам'яті споживачів.</p> <p>3. <i>Експертиза психологічної ефективності рекламної продукції з метою закріплення уявлень про психологічні закономірності психічних процесів у сфері торгівлі</i></p> <p><b>Практичне заняття 3.1.</b></p> <p>1. Формування умінь цілеспрямованого сприйняття і запам'ятовування торговельної інформації.</p> <p>2. Набуття навичок розподілу уваги на рецептори сенсорного реєстру.</p> <p><b>Самостійна робота</b></p> <p><b>Контрольні запитання та завдання:</b></p> <p>1. Виділити критерії сприйняття і запам'ятовування торговельної марки.</p> <p>2. Визначити фактори впливу на інтенсивність уваги споживачів.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b></p> <p>Основний: 2, 3, 4 Додатковий: 1, 7 Інтернет-ресурси: 1, 3, 6, 7</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>14</p>	
<p><b>Знати і розуміти:</b></p> <p>- психологічні особливості уявлення</p>	<p><b>Тема 4. Ціннісні орієнтири в уявному проектуванні техніко-тактичної програми торговельної діяльності</b></p> <p>Лекція 4.1. Ціннісні орієнтири як обов'язковий</p>	<p>10</p>	

<p>глобальних та локальних ознак стимулів торговельної марки; - психологічні принципи позиціювання та репозиціювання товару.</p> <p><b>Вміти:</b> - адекватно оцінювати ціннісні орієнтири у торгівлі; - застосовувати процесуальне і декларативне збереження інформації; - моделювати позитивний імідж торговельної марки.</p>	<p>елемент торговельної діяльності. План лекції: 1. Раціональні та емоційні ціннісні орієнтири в торгівлі. 2. Адекватність оцінювання ціннісних орієнтирів у торгівлі. 3. Психологічні особливості уявлення глобальних та локальних ознак стимулів торговельної марки.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b> Основний: 1,2,3,6 Додатковий: 2,3,4,6,8 Інтерне-ресурси: 1,4</p> <p><b>Семінарське заняття 4.1.</b> Ціннісні орієнтири в уявному проектуванні техніко-тактичної програми торговельної діяльності Питання для обговорення: 1. Персоніфікація проектувального образу торговельної марки. 2. Моделювання позитивного іміджу торговельної марки. 3. Розробка та просування фірмового стилю в торгівлі. 4. <i>Коворкінг «Моделювання позитивного іміджу торговельної марки» з метою засвоєння технологій створення додаткових ціннісних характеристик певному об'єкту продажу та їх психологічного впливу на споживача.</i></p> <p><b>Самостійна робота</b> <b>Контрольні запитання та завдання:</b> 1. Обґрунтувати вибір шляху майбутньої дії в торговельній діяльності. 2. Підготувати есе «Психологічні принципи позиціювання та репозиціювання товару».</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b> Основний: 3, 5, 6 Додатковий: 3, 8 Інтернет-ресурси: 2, 3, 7</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>14</p>	
<p><b>Знати і розуміти:</b> - основні технології торгівлі; - основні моделі торгівлі і їх характеристику; - різницю між абсолютною і непостійною лояльністю до торговельної марки.</p>	<p><b>Тема 5. Психологічні детермінанти прийняття рішень у виборі технологій торгівлі</b> Лекція 5.1. Когнітивний дисонанс у торгівлі. План лекції: 1. Технології торгівлі. 2. Основні моделі торгівлі і їх характеристика 2. Когнітивний дисонанс у торгівлі.</p> <p>Лекція 5.2. Ефективне використання пам'яті у торгівлі. План лекції:</p>	<p>2</p>	<p>12</p>

<p><b>Вміти:</b>  - відчувати потребу у зміні технологій торгівлі;  - ефективно використовувати обсяг короткострокової пам'яті фахівців торговельної сфери і споживачів у процесі прийняття рішень.</p>	<p>1. Рефлексивний вихід і прийняття торговельних рішень.  2. Обсяг короткострокової пам'яті фахівців торговельної сфери і споживачів та специфіка його використання у процесі прийняття рішень.  3. Доцільність використання видів пам'яті (зорової, слухової, образної, логічної, емоційної тощо) і їх змішаних форм на різних стадіях прийняття рішень фахівцями торговельної сфери та споживачами.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b>  Основний: 1,2,6  Додатковий: 1,3,4,5,6  Інтернет-ресурси: 2,3</p> <p><b>Семінарське заняття 5.1.</b> Психологічні детермінанти прийняття рішень у виборі технологій торгівлі  Питання для обговорення:  1. Лояльність до торговельної марки як психологічний феномен.  2. Абсолютна лояльність до торговельної марки.  3. Непостійна лояльність до торговельної марки.</p> <p><b>Семінарське заняття 5.2.</b> Психологічні детермінанти прийняття рішень у виборі технологій торгівлі  Питання для обговорення:  1. Довільне та мимовільне запам'ятовування інформації у торгівлі.  2. Інформаційна складність і суб'єктивність оцінки ефективності торговельної діяльності.  3. Презентація проекту «Способи збільшення лояльності до торгової марки» з метою усвідомлення значення психологічної установки у процесі прийняття рішення.</p> <p><b>Самостійна робота</b>  <b>Контрольні запитання та завдання:</b>  1. Обґрунтувати прагнення особистості до консонансу.  2. Пояснити специфіка регуляції когнітивного консонансу у торгівлі.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b>  Основний: 2, 3, 4  Додатковий: 1, 7, 9  Інтернет-ресурси: 1, 3, 6, 7</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>14</p>	
<p><b>Знати і розуміти:</b>  - прояви темпераменту у</p>	<p><b>Тема 6. Характеристика психологічних якостей фахівця торговельної сфери</b>  Лекція 6.1. Темперамент фахівців торговельної</p>		<p>12</p>



<p>роботі фахівця торговельної сфери і споживачів; - особливості типів темпераменту; - роль особистості керівника в діяльності бізнес-організації.</p>	<p>сфери та споживачів. План лекції: 1. Прояви темпераменту у роботі фахівця торговельної сфери. 2. Прояви темпераменту у поведінці споживачів. 3. Екстраверсія та інтроверсія.</p>	2	
<p><b>Вміти:</b> - відпрацьовувати індивідуальний стиль торговельної діяльності; - адаптувати нових працівників у сфері торгівлі; - актуалізувати чи пригнічувати певні риси характеру.</p>	<p>Лекція 6.2. Види темпераменту фахівців торговельної сфери та споживачів. План лекції: 1. Холеричний темперамент, його особливості. 2. Сангвінічний темперамент, його особливості. 3. Меланхолійний темперамент, його особливості. 4. Флегматичний темперамент, його особливості. <b>Список рекомендованих джерел</b> Основний: 1,2,6 Додатковий: 2,4,6,7,8 Інтернет-ресурси: 1,2</p>	2	
	<p><b>Семінарське заняття 6.1.</b> Темперамент і характер фахівців торговельної сфери та споживачів Питання для обговорення: 1. Співвідношення темпераменту і характеру фахівця торговельної сфери. 2. Риси характеру, їх акцентуація. 3. Розвиток торговельних здібностей особистості. 4. <i>Дидактична гра (психологічний батл) «Який тип темпераменту краций?» з метою усвідомлення переваг і недоліків різних типів темпераменту фахівців торгівлі.</i></p>	2	
	<p><b>Практичне заняття 6.1.</b> Характеристика психологічних якостей фахівця торговельної сфери Питання для обговорення: 1. Відпрацювання індивідуального стилю торговельної діяльності. 2. <i>Розробка професіограми «Продавець продовольчих товарів» з метою узагальнення уявлень про особливості професійної діяльності у сфері торгівлі та психологічні умови професійної придатності фахівців</i></p> <p><b>Самостійна робота</b> <b>Контрольні запитання та завдання:</b> 1. Розкрити роль особистості керівника в</p>	14	

	<p>діяльності бізнес організації.</p> <p>2. Визначити психологічні особливості консультування в торгівлі.</p> <p>3. <i>Підготовка дайджесту «Психологічна адаптація нових працівників у сфері торгівлі» з метою виділення умов успішної адаптації до професії.</i></p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b>  Основний: 3, 5, 6  Додатковий: 3, 8  Інтернет-ресурси: 2, 3, 7</p>		
<p><b>Знати і розуміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- моделі комунікації;</li> <li>- елементи комунікації;</li> <li>- сутність феномену емоційного згоряння фахівців торговельної сфери та споживачів.</li> </ul> <p><b>Вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- уникати виснаження енергетичних ресурсів;</li> <li>- застосувати PR-технологій у торгівлі.</li> </ul>	<p><b>Тема 7. Комунікативний простір торговельної діяльності</b></p> <p>Лекція 7.1. Комунікація у торговельній діяльності.  План лекції:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Моделі комунікації.</li> <li>2. Елементи комунікації.</li> <li>3. Проактивний, реактивний та інтерактивний аспекти торгівлі.</li> </ol> <p>Лекція 7.2. Емоційний аспект комунікації у торговельній діяльності.  План лекції:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Емоційність і успішність торговельної діяльності.</li> <li>2. Феномен емоційного згоряння фахівців торговельної сфери та споживачів.</li> <li>3. Взаємозв'язок емоційної стійкості та успішності діяльності фахівців торговельної сфери.</li> </ol> <p><b>Список рекомендованих джерел</b>  Основний: 1,2,3,4  Додатковий: 3,5,7  Інтернет-ресурси: 3,4</p> <p><b>Семінарське заняття 7.1. Комунікативний простір торговельної діяльності</b>  Питання для обговорення:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виснаження енергетичних ресурсів фахівців торговельної сфери та споживачів в умовах підвищеної вимогливості або тривалої дії сильних подразників.</li> <li>2. Резистентність як збалансоване використання енергетичних ресурсів організму фахівців торговельної сфери та споживачів.</li> <li>3. <i>Круглий стіл «Методи профілактики емоційного вигорання фахівців торговельної сфери та споживачів» з метою систематизації уявлень про ефективні копінг-ресурси.</i></li> </ol>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>12</p>

	<p><b>Практичне заняття 7.1.</b> Комунікативний простір торговельної діяльності</p> <p>Питання для обговорення:</p> <p>1. ДемOVERсія тренінгу «Психотехнології ефективних комунікацій» з метою формування навичок встановлення контакту та створення позитивного враження у партнера по спілкуванню.</p> <p><b>Самостійна робота</b></p> <p>1. Охарактеризувати види психологічного стресу (інформаційного та емоційного) і специфіку їх дії у професійній діяльності фахівців торговельної сфери і споживачів.</p> <p>2. Виділити вектори стресостійкості у сфері торгівлі.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b></p> <p>Основний: 2, 3, 4 Додатковий: 1, 7 Інтернет-ресурси: 1, 3, 6, 7</p>	2  14	
<p><b>Знати і розуміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- типологічні особливості споживачів та їх зовнішні ознаки;</li> <li>- типології Е.Кречмера, І.Шелдона, І.Павлова.</li> </ul> <p><b>Вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- визначати зовнішні прояви екстраверсії та інтроверсії;</li> <li>- застосовувати метод спостереження;</li> <li>- оцінювати поведінку потенційних клієнтів.</li> </ul>	<p><b>Тема 8. Візуальна психодіагностика споживачів</b></p> <p>Лекція 8.1. Основи візуальної психодіагностики у торгівлі.</p> <p>План лекції:</p> <p>1. Типологічні особливості споживачів та їх зовнішні ознаки.</p> <p>2. Типологія Е. Кречмера.</p> <p>3. Типологія І. Шелдона.</p> <p><b>Список рекомендованих джерел</b></p> <p>Основний: 1,2,3 Додатковий: 3,4,6 Інтернет-ресурси: 1,4</p> <p><b>Семинарське заняття 8.1.</b> Візуальна психодіагностика споживачів</p> <p>Питання для обговорення:</p> <p>1. Фізіогномічний метод.</p> <p>2. Графологічний метод.</p> <p>3. Психогіометричний метод.</p> <p>4. Хірологічний метод.</p> <p>5. Морфологічний метод.</p> <p><b>Практичне заняття 8.1.</b> Візуальна психодіагностика споживачів</p> <p>Питання для обговорення:</p> <p>1. Сумісність різних типів темпераменту і врахування її у практиці торговельної діяльності.</p> <p>2. Сигнали очей споживачів та їх значення у торговельній діяльності.</p> <p>3. Жести споживачів та їх інтерпретація.</p>	2  2  2	12



	<i>метою усвідомлення ризику утримання емоцій та засвоєння цивілізованих методів емоційної розрядки.</i> <b>Список рекомендованих джерел</b> Основний: 2, 3, 4 Додатковий: 1, 7 Інтернет-ресурси: 1, 3, 6, 7		
<b>Екзамен</b>		8	
<b>Разом</b>		180	100

*\*\* курсивом виділено інтерактивні методи навчання*

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

### *Основний*

1. Бакаленко О.А. Психологія управління: навч. посіб. – Харків: ХНУРЕ, 2020. – 120 с.
2. Періг І.М. Економічна психологія / Навчально-методичний посібник для семінарських занять для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності “Психологія”, “Практична психологія”. – Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. – 40 с.
3. Пачковський Ю.Ф. Споживча поведінка українських домогосподарств: монографія / Ю. Ф. Пачковський, А. О. Максименко. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 292 с.
4. Прищак М.Д. Етика та психологія ділових відносин: навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2016. – 151 с.
5. *Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016.*
6. Шайхлісламов З.Р. Психологія торгівлі: конспект лекцій для студентів спеціальності «Менеджмент» /З. Р. Шайхлісламов.- Харків: ХТЕІ КНТЕУ, 2018. – 128 с
7. Приходько Ю.О., Юрченко В.І. Психологічний словник-довідник: Навч. посіб., 3-тє вид. — К.: Каравела, 2016. -320 с.

### *Додатковий*

1. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку торгівлі в умовах євроінтеграції. – Київ: Торговельно-економічний коледж КНТЕУ, 2018. – 212 с.*
2. *Горонович, С. Програма лояльності - зачастую игра между продавцом и покупателем [Текст] / С. Горонович // Маркетинг и реклама. – Київ, 2017. – № 7-8. – С. 22-23.*
3. *Гурджиян, К. Заохочення споживачів у програмах лояльності [Текст] / К. Гурджиян // Вісник КНТЕУ. – Київ, 2017. – № 1(111). – С. 50-61.*
4. *Євсейцева, О. С. Психологічні аспекти вивчення поведінки споживача [Текст] / О. С. Євсейцева, Д. С. Потеха // Інвестиції: практика та досвід. – Київ, 2016. – № 10. – С. 30-34.*
5. *Євтушевська, О.В. Внутрішні чинники поведінки споживачів на ринку [Текст] / О. В. Євтушевська // Інвестиції: практика та досвід. – Київ, 2017. – № 3. – С. 42-45.\*
6. Психологія сучасного бізнесу: навчальний посібник / К.Л. Мілютіна К.Л., Трофімов А.Ю.- КНУ імені Тараса Шевченка, 2020.-168 с.
7. Роженко, О.В. Лекції з дисципліни «Організація торгівлі»: для студентів ступеня «бакалавр» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – 137 с.

8. Ткаченко, Н. Визначення поняття "Професійний імідж": погляд на проблему [Текст] / Н. Ткаченко // Вища школа. – Київ, 2017. – № 3. – С. 89-95.

9. Чумак, Е. Как уберечь сотрудников от стресса. Алгоритм действий [Текст] / Е. Чумак // Управление персоналом / Менеджер по персоналу. – Київ : ТОВ"МЕДІА - ПРО", 2020. – № 9. – С. 66-77.

*Internet -ресурси*

1. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

2. Technologies of Intellect Development <http://psytir.org.ua/>

3. Psychological journal: <http://www.apsijournal.com/index.php/psyjournal>

4. Psihologiâ i osobistist (Online) Psychology and personality <http://psychpersonality.inf.ua/>

5. Problems of modern psychology: <https://psyjournal.in.ua>

*\*\* Курсивом виділено джерела, які знаходяться в бібліотеці КНТЕУ*