

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Факультет «Высшая школа корпоративного управления»

*(наименование факультета)*

Кафедра управления инновационными проектами

*(наименование кафедры)*

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры управления

инновационными проектами

Протокол от «11» мая 2017 г.

№ 9

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade»

*(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

38.04.02 Менеджмент

*(код, наименование направления подготовки)*

Инновационный менеджмент

*(профиль)*

Магистр

*(квалификация)*

Очная

*(форма обучения)*

Год набора – 2017

Москва, 2017

Автор–составитель:  
Руководитель практики  
«Проектное финансирование»  
Юридическая фирма  
«Базаров, Голиков и партнеры» О.Ю. Дацков

Заведующий кафедрой  
управления инновационными проектами,  
к.э.н. А.Л. Ведев

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. \_\_\_\_\_ Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

| Код компетенции | Наименование компетенции   | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции  |
|-----------------|--|--------------------------------|--|
| ДПК-16          | способность управлять процессом разработки нового продукта и вывода его на рынок на основе применения методик оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании, определения основных рисков | ДПК-16.2                       | способность управлять процессом разработки, производства нового продукта и его продвижения на основе применения методик оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании, определения основных рисков |

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade» у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия  | Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения  |
|---|--------------------------------|--|
| Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства» утв. 08.09.2014 г. № 609н<br><br>В/03.7<br>Стратегическое управление процессами конструкторской, технологической и организационной подготовки производства | ДПК-16.2                       | <b>на уровне знаний:</b><br>Модель потребностей потребителя<br>Приемы обработки и отклонений возражений партнеров<br>Специфические особенности ведения переговоров и заключения сделок по телефону и онлайн<br>Принципы и методы построения системы и инструменты управления производством с помощью современной логистики<br>Основы планирования жизненного цикла инновационной машиностроительной продукции<br>Основы современного материального производства<br>Методы оценки качества и конкурентоспособности наукоемкой продукции<br><b>на уровне умений:</b><br>Проводить анализ мотивов потребителя с учетом психологических особенностей<br>Выявлять возможные риски реализации проектов<br>Разрабатывать и применять на практике модели управления производственными ресурсами и логистическими цепочками |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <p>Разрабатывать экономико-математические и компьютерные модели производственно-коммерческих процессов жизненного цикла наукоемкой продукции</p> <p>Организовывать проектную работу в организации, разрабатывать и контролировать ресурсно-временные проектные показатели</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Проведения процесса продаж</p> <p>Приемами психологического подхода при работе с клиентами</p> <p>Определение технической политики и направлений технического развития организации в условиях рыночной экономики, путей реконструкции и технического перевооружения действующего производства, уровня специализации и диверсификации производства на перспективу, организация и планирование мероприятий по разработке, освоению и внедрению в производство экономически эффективных новых изделий заданного уровня качества при установленных сроках, объемах выпуска и затратах</p> <p>Проведение на уровне промышленной организации стратегических мероприятий, направленных на обеспечение технологичности конструкции изделий, эффективное освоение технологических процессов и средств технологического оснащения</p> <p>Управление процессами организационной подготовки производства в промышленной организации, осуществление компьютерного моделирования процессов перехода на выпуск нового изделия, проведение организационно-плановых расчетов циклов, величины партии, заделов и других показателей с целью соблюдения принципов специализации, параллельности, непрерывности, пропорциональности, прямооточности, автоматичности и ритмичности</p> <p>Руководство комплексом работ по конструкторской, технологической и организационной подготовке производства на уровне промышленной организации, координация и направление совместной деятельности работников, согласование наиболее сложных вопросов, относящихся к подготовке производства, с другими подразделениями организации, проектными, исследовательскими организациями, представителями заказчиков</p> <p>Обеспечение необходимого уровня подготовки производства и его постоянный рост, повышение эффективности производства и</p> |
|--|--|---|

|  |          |  |
|--|----------|--|
|  |          | <p>производительности труда, сокращение издержек (материальных, финансовых, трудовых), рациональное использование производственных ресурсов, высокое качество и конкурентоспособность производимой продукции, работ или услуг, соответствие выпускаемых изделий действующим государственным стандартам, техническим условиям и требованиям технической эстетики, а также их надежность и долговечность</p>   |
| <p>Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства» утв. 08.09.2014 г. № 609н</p> <p>В/01.7<br/>Стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей</p> | ДПК-16.2 | <p><b>на уровне знаний:</b><br/>психологические типы покупателей и продавцов<br/>поведенческие модели при определении позиции участников общения и суггестивные приемы общения<br/>методологические основы проведения логистикоориентированного анализа системы и среды ее функционирования<br/>базовые идеи, подходы, методы и результаты прикладной статистики, экспертных оценок, теории принятия решений и экономико-математического моделирования</p>   |
|  |          | <p><b>на уровне умений:</b><br/>определять психологические типы покупателей и продавцов<br/>применять поведенческие модели при определении позиции участников общения<br/>выявлять возможные риски реализации проектов<br/>использовать законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности и применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического и тактического планирования и организации производства<br/>проводить комплексное изучение отраслевого рынка промышленной продукции, потребителей товаров, поставщиков сырья, материалов и комплектующих, конкурирующих организаций-производителей продуктов-заменителей, оценивать уровень конкурентной борьбы, составлять обзоры конъюнктуры рынка<br/>разрабатывать методы и модели создания системы управления процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей промышленной организации</p> |
|  |          | <p><b>на уровне навыков:</b><br/>использования психологии в отношениях с участниками торговых операций (покупателями, сотрудниками, поставщиками и другими</p>   |

|  |          |   |
|--|----------|---|
|  |          | <p>партнерами по бизнесу)<br/> руководство разработкой основных положений продуктовой и технологической стратегии развития организации, определение основных параметров производственно-технологической и инновационной политики организации с целью минимизации издержек производства, приведения качества продукции в соответствие с запросами потребителей, создания оптимальной системы обеспечения сервисных служб, повышения конкурентоспособности на базе усовершенствования производимой продукции и действующей технологии производства, создания принципиально новых продуктов и производств</p> <p>организация работы по формированию иерархии прогнозов производственных процессов на стратегическом и тактическом горизонтах принятия управленческих решений с целью определения потребностей рынков в новой и модернизированной продукции, потребностей организации в производственных ресурсах и производственных мощностях</p> <p>стратегическое управление длительными и ресурсоемкими комплексами работ на основе проектно- и программно-ориентированного планирования деятельности организации, бюджетирования и мониторинга хода выполнения проектов и программ</p> <p>клиентоориентированное стратегическое и тактическое управление конфигурациями промышленной продукции и технологическими маршрутами ее производства в организации на основе долгосрочных и среднесрочных прогнозов развития рынка</p> |
| <p>Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства» утв. 08.09.2014 г. № 609н</p> <p>С/01.7<br/> Организация исследований и разработка перспективных методов, моделей и механизмов</p> | ДПК-16.2 | <p><b>на уровне знаний:</b><br/> Особенности психотерапевтического подхода в психологии продаж<br/> Основные функции общения и техники продаж<br/> Сущность и содержание междисциплинарного подхода к решению инновационных задач и экономические рациональные границы применения основных методов организационно-экономического моделирования<br/> Методы построения концептуальных, математических и имитационных моделей<br/> Методы прогнозирования, технико-экономических исследований научно-технических решений и нормативного проектирования инновационных видов продукции и процессов</p> <p><b>на уровне умений:</b><br/> Выбирать технологии проведения процесса продаж<br/> Осуществлять защиту от профессионального</p>  |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>организации и планирования производства</p> |  | <p>стресса и эмоционального выгорания</p> <p>Выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации инноваций, разрабатывать компьютерные модели исследуемых процессов и систем</p> <p>Воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, готовить реферативные обзоры и отчеты, получать научно-исследовательский опыт в профессиональных социальных сетях</p> <p>Выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового опыта в сфере инноватики по материалам ведущих научных журналов и изданий, с использованием электронных библиотек и интернет-ресурсов</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Применения методов антистрессовой саморегуляции психоэмоционального состояния при решении конфликтных ситуаций в команде из-за нарушения технологических режимов и торгово-технологических процессов в процессе продаж</p> <p>Разработка основных положений стратегии развития организации, обоснование стратегических решений по совершенствованию процессов стратегического и тактического планирования и организации производства</p> <p>Руководство научной разработкой перспективных направлений совершенствования методов, моделей и механизмов стратегического и тактического планирования и организации производства</p> <p>Организация работы исследовательских коллективов по изучению проблем повышения эффективности процессов стратегического и тактического планирования и организации производства</p> <p>Рассмотрение и написание отзывов и заключений на инновационные предложения в области повышения эффективности процессов стратегического и тактического планирования и организации производства</p> <p>Координация деятельности подчиненных структурных подразделений, обеспечение использования в их деятельности достижений отечественной и зарубежной науки и техники, патентных и научно-информационных материалов, вычислительной и организационной техники и прогрессивных методов выполнения работ</p> |
|--|--|---|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>Развитие творческой инициативы работников, руководство работой по рассмотрению и внедрению рационализаторских предложений и изобретений, оформлению в установленном порядке заявок и других необходимых документов на авторские свидетельства на изобретения, патенты и лицензии</p> <p>Организация работы по изучению и внедрению научно-технических достижений, передового отечественного и зарубежного опыта по инновационному развитию процессов стратегического и тактического планирования и организации производства</p> <p>Участие в подборе, аттестации и оценке научной деятельности работников организации, повышении их квалификации, рассмотрение предложений по оплате их труда с учетом личного вклада в общие результаты работы</p> |
|--|--|--|

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade» по учебному плану составляет 2 зачетных единицы; 72 академических часа, 3-й семестр. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 18, в том числе лекции – 6 академических часа, практические занятия – 12 академических часов; на самостоятельную работу обучающихся – 54 академических часа.

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade» является одной из дисциплин по выбору в подготовке менеджеров, входит в дисциплины вариативной части.

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающихся с литературой и нормативными документами. Основным видом учебных занятий по данной дисциплине являются лекции и практические занятия, которые проводятся в виде дискуссий, семинаров, группового проектного обучения. Изучение дисциплины осуществляется в 3-м семестре. По дисциплине осуществляется текущий контроль и промежуточный контроль в форме зачета.

Дисциплины, освоение которых магистрам необходимо для изучения дисциплины Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade»: Б1.Б.1 «Общий менеджмент» (1-й семестр), Б1.В.ОД.2 «Маркетинг» (2-й семестр), Б1.В.ДВ.2.2 «Инновационный менеджмент» (2-й семестр).

Знания, полученные в процессе изучения дисциплины Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade», служат основой для освоения дисциплин Б1.В.ОД.7 «Управление процессом разработки и продвижения нового товара New Product Development Management» (3-й семестр), Б1.В.ДВ.1.1 «Бизнес-планирование Business Planning» (3-й семестр), Б1.В.ДВ.3.2 «Управление проектами Project Management» (3-й семестр), Б1.В.ОД.10 «Управление бизнес-процессами и инновационными проектами» (3-й семестр).

Дисциплина является практико-ориентированной, служит опорой для написании выпускной квалификационной работы.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### Очная форма обучения

| № п/п | Наименование тем (разделов)  | Объем дисциплины (модуля), час. |   |    |    |     | С Р | Форма текущего контроля успеваемости <sup>4</sup> , промежуточной аттестации |
|-------|--|---------------------------------|---|----|----|-----|-----|--|
|       |  | Всего                           | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий |    |    |     |     |  |
|       |  |                                 | Л   | ЛР | ПЗ | КСР |     |  |
| 1     | Trade – Psychology. Correlation aspects. Trade – history of distribution. Fundamentals of “Supply-Demand” market concept. Historical paradigms of market. XXI century, a phase of industrial commodity overproduction. | 8                               | 2   |    | -  |     | 6   | Questioning  |
| 2     | Present-day consumer society. CONSUMERISM. Theory of CONSUMER PSYCHOLOGY.  | 8                               | 2   |    | -  |     | 6   | Questioning, dispute   |
| 3     | Subconscious. Irrational behaviour. Motivation, hidden preferences and choice. A. Maslow’s Hierarchy of Needs theory.  | 8                               | -   |    | 2  |     | 6   | Questioning, dispute   |
| 4     | Commodity. Determination of market concept of commodity. Commodity qualification and categories. Functional value. Reference consumer groups.  | 8                               | 2   |    | -  |     | 6   | Questioning, dispute   |
| 5     | Social psychological methods of sales arrangement. Personal attitude. Corporate culture.   | 8                               | -   |    | 2  |     | 6   | Questioning, dispute   |

| № п/п                    | Наименование тем<br>(разделов)   | Объем дисциплины (модуля), час. |   |    |    |     | С<br>Р | Форма<br>текущего<br>контроля<br>успеваемос<br>ти <sup>4</sup> ,<br>промежуто<br>чной |
|--------------------------|--|---------------------------------|---|----|----|-----|--------|---|
|                          |  | Всего                           | Контактная работа<br>обучающихся с<br>преподавателем<br>по видам учебных<br>занятий |    |    |     |        |   |
|                          |  |                                 | Л   | ЛР | ПЗ | КСР |        |   |
| 6                        | Psychological ways to influence the Buyer.<br>Theory of multi-sensor influence. Sales methods with a view to multi-sensor influence. | 8                               | -   |    | 2  |     | 6      | Questioning, dispute  |
| 7                        | Advertising. History and functionality<br>Social psychological aspects of influencing the subject.                                   | 8                               | -   |    | 2  |     | 6      | Questioning, dispute  |
| 8                        | Psychology of international Trade Management   | 8                               | -   |    | 2  |     | 6      | Questioning dispute   |
| 9                        | Sales arrangement algorithm with a view to the Buyer’s psychological aspects of perception and reference group it belongs to.        | 8                               | -   |    | 2  |     | 6      | Questioning, dispute  |
| Промежуточная аттестация |  |                                 |   |    |    |     |        | зачет   |
| Всего:                   |  | 72                              | 6   |    | 12 |     | 54     |   |

### Содержание дисциплины

Topic 1. Trade – Psychology. Correlation aspects. Trade – history of distribution.

Fundamentals of market concept.

The topic covers the origination of trade and commodity relations and their history from ancient times till the XIX century when capitalism started to develop; it also addresses the fundamental principle of market relations – “SUPPLY-DEMAND”.

Topic 2. Present-day consumer society.

CONSUMERISM. Theory of CONSUMER PSYCHOLOGY.

Consumerism theory as a reaction to the change of market paradigm – SUPPLY-DEMAND. Necessity to introduce new distribution conditions, including the Consumer Psychology which is based on scientific theories developed by scientists – psychologists, sociologists.

Topic 3. Subconscious. Irrational behaviour. Motivation, hidden preferences and choice. A. Maslow's Hierarchy of Needs theory.

“Purchase of a commodity means satisfaction of hidden motivations”. Detailed study of A. Maslow's Hierarchy of Needs theory. Detailed study of intentions psychology, crowd irrational behaviour, individual.

Topic 4. Commodity. Determination of market concept of commodity.

Commodity qualification and categories. Functional value. Reference consumer groups. The topic covers marketing characteristics, such as object of exchange, functional values, focus consumer

groups based on gender, gerontology, social and nominal qualities. Core idea – Psychology of Choice and Preferences.

Topic 5. Social psychological methods of sales arrangement. Personal attitude. Corporate culture. Trade as communication of two subjects being Seller and Buyer. Detailed study of personality types with a view to negotiations process; preferences, choice priority, contract negotiation and signing procedures.

Topic 6. Psychological ways to influence the Buyer. Theory of multi-sensor influence. Sales methods with a view to multi-sensor influence. Psychology of advertising, multi-sensor influence, complex influence on the Buyer's subconscious. Examples, explication, demonstration of a series of slides related to sales premises and brand management.

Topic 7. Advertising. History and functionality.

Social psychological aspects of influencing the subject. Detailed study of history, psychology and methods of advertising in the XX-XXI cent. Imitation, persuasion, suggestion. Formation of choices and style. Outdoor, domestic, hidden, direct, focus, Internet advertising.

Topic 8. Psychology of international Trade Management. Traditions and conditions of trade arrangement in the global market, subject to national and ethnical peculiarities. East-West cross-culture. Polychronic and monochronic cultures.

Topic 9. Sales arrangement algorithm with a view to the Buyer's psychological aspects of perception and reference group it belongs to.

Detailed explanation of methodology of process: commercial proposal – soft offer - contract draft. Negotiations. Archetypes of delegation leaders. Psychology of body language scanning. Behaviours

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

**4.1.1.** В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| <b>Тема и/или раздел</b>   | <b>Методы текущего контроля успеваемости</b> |
|--|--|
| Trade – Psychology.<br>Correlation aspects. Trade – history of distribution.<br>Fundamentals of “Supply-Demand” market concept.<br>Historical paradigms of market.<br>XXI century, a phase of industrial commodity overproduction. | Questioning                                  |
| Present-day consumer society.<br>CONSUMERISM. Theory of CONSUMER PSYCHOLOGY.   | Questioning, dispute                         |
| Subconscious. Irrational behaviour. Motivation, hidden preferences and choice.<br>A. Maslow's Hierarchy of Needs theory.   | Questioning, dispute                         |
| Commodity. Determination of market concept of commodity.<br>Commodity qualification and categories. Functional value.<br>Reference consumer groups.  | Questioning, dispute                         |

|   |                      |
|---|----------------------|
| Social psychological methods of sales arrangement. Personal attitude. Corporate culture.  | Questioning, dispute |
| Psychological ways to influence the Buyer. Theory of multi-sensor influence. Sales methods with a view to multi-sensor influence. | Questioning, dispute |
| Advertising. History and functionality<br>Social psychological aspects of influencing the subject.                                | Questioning, dispute |
| Psychology of international Trade Management  | Questioning, dispute |
| Sales arrangement algorithm with a view to the Buyer's psychological aspects of perception and reference group it belongs to.     | Questioning, dispute |

**4.1.2.** Зачет по дисциплине Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade» для выявления уровня освоения компетенции проводится в устной форме.

#### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

##### **Типовые оценочные материалы**

##### **Course Б1.В.ДВ.5.2 “Psychology of Trade”: topics for questioning and disputes**

1. Psychology of commercial communication: psychotherapeutic approach.
2. Sales psychology. Psychological elements of sales.
3. Consumer's motives. Analyzing consumer motives.
4. Purchase motives. Purchase risks.
5. Stages of a transaction.
6. Aftersales and building a client database.
7. Buyer objections and processing thereof.
8. Calling sales.
9. Psychology of presentation.
10. Consumer typology.
11. Typology of consumer behaviour.
12. Stresses in the activities of a trader.

#### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

**4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

| <b>Код компетенции</b> | <b>Наименование компетенции</b>  | <b>Код этапа освоения компетенции</b> | <b>Наименование этапа освоения компетенции</b>   |
|------------------------|--|---------------------------------------|--|
| ДПК-16                 | способность управлять процессом разработки нового продукта и вывода его на рынок на основе применения методик оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства | ДПК-16.2                              | способность управлять процессом разработки, производства нового продукта и его продвижения на основе применения методик оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании, определения |

|  |   |  |                 |
|--|---|--|-----------------|
|  | для компании,<br>определения<br>основных рисков |  | основных рисков |
|--|---|--|-----------------|

| Этап освоения компетенции  | Показатель оценивания   | Критерий оценивания  |
|--|---|--|
| ДПК-16.2<br>способность<br>управлять<br>процессом<br>разработки,<br>производства<br>нового продукта и<br>его продвижения на<br>основе применения<br>методик оценки<br>новых идей,<br>анализа<br>привлекательности<br>нового<br>производства для<br>компании,<br>определения<br>основных рисков | Проводит маркетинговые исследования рынка нового продукта<br>Применяет методики оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании<br>Рассчитывает цену нового продукта<br>Применяет количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строит экономические, финансовые и организационно-управленческие модели<br>Использует отечественный и международный опыт разработки новых продуктов, внедрения инноваций, получения позитивных результатов с выходом на мировые рынки<br>Разрабатывает маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок<br>Определяет основные риски производства и внедрения нового продукта в своей профессиональной сфере | Самостоятельно проводит маркетинговые исследования рынка нового продукта<br>Корректно применяет методики оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании<br>Готов к самостоятельному расчету цены нового продукта<br>Адекватно применяет количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строит экономические, финансовые и организационно-управленческие модели<br>Использует отечественный и международный опыт разработки новых продуктов, внедрения инноваций, получения позитивных результатов с выходом на мировые рынки<br>Разрабатывает маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок<br>Определяет основные риски производства и внедрения нового продукта в своей профессиональной сфере |

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (ДПК-16.2) в процессе освоения образовательной программы.

## **Вопросы к зачету по дисциплине Б1.В.ДВ.5.2 «Психология продаж Psychology of Trade»**

### **Report Topics for Pass/Fail Test**

1. Theory of consumer psychology.
2. Organizational culture of a commercial entity: structure and contents.
3. Image of a commercial entity.
4. Image of sales team and trader.
5. Psychology of commercial negotiations and principles of business communication.
6. Client (partner) psychological comfort and trust as a prerequisite for a successful commercial transaction.
7. Psychological orientation of trader in a trade situation and determination of partner's personality type.
8. Magical techniques of commodity presentation and sales argumentation.
9. Psychotherapy of partner's behaviour, reforming and overcoming objections, fears, doubts.
10. Attacking behaviour of trader during a commercial dialogue with partner. Leadership processes.
11. Attacking behaviour of trader during commercial negotiations: possibilities and tricks of manipulative technique.
12. Psychological aspects of the process of commercial transaction closing.
13. Key prerequisites of professionalism in trader activities: professional thinking, personal business qualities, creative abilities.
14. Trader's control of his/her own behaviour as a condition determining professional development and self-actualization.
15. Fundamentals of manipulative technique.

Промежуточная аттестация студентов проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о промежуточной аттестации студентов по программам ВО. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Учебным планом в 3 семестре в форме зачета. Студенты допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля) и выполненных работ. В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями преподавателя.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий, на дискуссиях, диспутах, круглых столах.

Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете (максимум 40 баллов);
- учебными достижениями в семестровый период (максимум 60 баллов).

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

### **Шкала оценивания**

**Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций**

| Обозначения |            | Формулировка требований<br>к степени сформированности компетенции |  |  |
|-------------|------------|---|--|--|
| Цифр        | Оценка     |   |  |  |
|             |            | Знать   | Уметь  | Владеть  |
| 1           | Не зачтено | Отсутствие знаний   | Отсутствие умений  | Отсутствие навыков   |
| 2           | Не зачтено | Фрагментарные знания  | Частично освоенное умение                                    | Фрагментарное применение   |
| 3           | Зачтено    | Общие, но не структурированные знания                             | В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение | В целом успешное, но не систематическое применение                   |
| 4           | Зачтено    | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания            | В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение     | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков |
| 5           | Зачтено    | Сформированные систематические знания                             | Сформированное умение  | Успешное и систематическое применение навыков                        |

**Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владений**

| Обозначения |            | Формулировка требований<br>к степени сформированности компетенции  |
|-------------|------------|--|
| Цифр        | Оценка     |  |
| 1           | Не зачтено | Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале   |
| 2           | Не зачтено | Знать на уровне <b>ориентирования</b> , представлений. Субъект учения знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает их в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения  |
| 3           | Зачтено    | Знать и уметь на <b>репродуктивном</b> уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях   |
| 4           | Зачтено    | Знать, уметь, владеть на <b>аналитическом</b> уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения  |
| 5           | Зачтено    | Знать, уметь, владеть на <b>системном</b> уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания учебной дисциплины, его значимость в содержании учебной дисциплины |

#### 4.4. Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций ДПК-16.2.

Критерии оценки результатов текущего контроля успеваемости (в сумме максимум 60 баллов):

Критерии оценки работ, выполняемых на семинарских и практических занятиях – максимальная оценка за каждое задание – 10 баллов.

Процент лекций и семинарских занятий, посещенных студентом (бонус за посещаемость более 90%) - 5 баллов.

Работа на семинарском занятии (участие в обсуждении вопросов рассматриваемой темы) - 1 балл за полностью раскрытый вопрос.

Выполнение индивидуальных заданий: баллы выставляются исходя из качества выполнения заданий – максимальная сумма баллов - 10.

Баллы по текущей работе доводятся до обучающихся в начале изучения дисциплины.

Итоговая сумма баллов по промежуточной аттестации студентов складывается из суммы баллов, полученных ими по результатам текущего контроля успеваемости и количества баллов по тесту промежуточной аттестации. Оценка «зачтено» выставляется студенту, набравшему в сумме не менее 61 баллов.

#### Показатели, критерии и оценивания знаний и компетенций на зачете

| Уровень | Критерии  | Баллы          |
|---------|---|----------------|
| Высокий | Студент показывает отличные знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт                 | 31-40          |
| Хороший | Студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; почти полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; в основном показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт | 21-30          |
| Средний | Студент показывает не очень хорошие знания изученного учебного материала; слабо излагает и интерпретирует материалы учебного курса; кратко раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; практически отсутствует умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт                                   | 11-20          |
| Низкий  | При наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и   | 10 балл и ниже |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы |  |
|--|--|--|

Максимальное количество баллов, которое студент может набрать в процессе обучения в рамках учебного курса – **100 баллов**:

|               |            |      |
|---------------|------------|------|
| 91-100 баллов | зачтено    | (A)  |
| 81-90 баллов  | зачтено    | (B)  |
| 71-80 баллов  | зачтено    | (C)  |
| 61-70 баллов  | зачтено    | (D)  |
| 60 и менее    | не зачтено | (E). |

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекциями, практическими занятиями, самостоятельной работой студентов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовят вопросы, готовятся к практическим занятиям: проводят обзор интернет-сайтов, периодической литературы и профессиональных изданий, разрабатывают каталог интернет-ресурсов, осуществляют подготовку к разработке групповых проектов по заданной теме, к экзамену.

Основными видами самостоятельной работы являются:

- повторение лекционного материала и материала учебников;
- чтение основной и дополнительной литературы
- самостоятельное изучение дидактических единиц, расширяющих знания по изучаемой тематике дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной и итоговой аттестации.

*Процедура подготовки к лекциям:*

На занятиях лекционного типа студентам рекомендуется внимательно слушать и конспектировать лекции. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

*Процедура подготовки к практическим занятиям:*

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с изучением и обсуждением ключевых вопросов общего менеджмента, выступлением и участием в дискуссиях, диспутах, решением задач, анализом кейсов и практических ситуаций.

При подготовке к практическим занятиям обучающимся рекомендуется:

1. Внимательно изучить вопрос/вопросы (задание).
2. Прочитать рекомендованную литературу и материалы лекции по соответствующей теме.
3. Найти соответствующие информационные источники.
4. Сформировать комплект материалов (лекционных, учебно-методических, законодательно-нормативных) по выбранному вопросу (заданию).
5. Составить план ответа (доклада, презентации).

6. Весь материал (статистику, информацию на сайтах, литературные источники, как на русском, так и на иностранных языках) обработать и использовать реферативно.

7. Указать авторство использованных материалов.

8. При чтении литературы кратко конспектировать основные положения статьи или главы.

8. Не использовать рефераты и курсовые, размещенные на internet-ресурсах.

9. Планировать свой ответ (доклад, презентацию) по времени.

10. Не пересказывать материал, а презентовать свои выводы и заключения, доказывая и/или иллюстрируя их конкретными экономическими примерами, результатами расчетов, произведенных самостоятельно на основе использования российских и международных баз экономической информации.

11. При работе в малых группах в начале работы четко распределить обязанности.

*Процедура подготовки и критерии оценки участия студента в дискуссии:*

Дискуссия, как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется в дисциплине как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др. В проведении дискуссии используются различные организационные методики:

- Методика «вопрос – ответ» – разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определённая форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.
- Методика «клиники» – каждый из участников разрабатывает свой вариант решения, предварительно представив на открытое обсуждение свой «диагноз» поставленной проблемной ситуации. Затем это решение оценивается как преподавателем (руководителем), так и специально выделенной для этой цели группой экспертов по балльной шкале либо по заранее принятой системе «принимается – не принимается».
- Методика «лабиринта» или метод последовательного обсуждения - своеобразная шаговая процедура, в которой каждый последующий шаг делается другим участником. Обсуждению подлежат все решения, даже неверные (тупиковые).
- Методика «эстафеты» – каждый заканчивающий выступление участник передает слово тому, кому считает нужным.
- Свободно плавающая дискуссия - когда группа к результату не приходит, но активность продолжается за рамками занятия. В основе такой процедуры групповой работы лежит «эффект Б.В. Зейгарник», характеризующийся высоким качеством запоминания незавершенных действий, когда участники продолжают «домысливать» наедине идеи, которые оказались незавершенными.

Студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

### ***Подготовка эссе***

Эссе – вид самостоятельной исследовательской работы студентов, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. В зависимости от темы формы эссе могут быть различными. Это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой

проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и подробный разбор проблемной ситуации с развернутыми мнениями, подбором и детальным анализом примеров, иллюстрирующих проблему и т.п.

В процессе выполнения эссе студенту предстоит выполнить следующие виды работ: составить план эссе; отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме; систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме; представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями.

Эссе выполняется студентом под руководством преподавателя кафедры самостоятельно. Тему эссе студент выбирает из предлагаемого примерного перечня и для каждого студента она должна быть индивидуальной (темы в одной группе совпадать не могут).

### ***Структура эссе***

1. Титульный лист.
2. План.
3. Введение с обоснованием выбора темы.
4. Текстовое изложение материала (основная часть).
5. Заключение с выводами по всей работе.
6. Список использованной литературы.

Титульный лист является первой страницей и заполняется по строго определенным правилам.

Введение (вводная часть) – суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который Вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы:

1. Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?
2. Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?
3. Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?
4. Могу ли я разделить тему на несколько составных частей?

Таким образом, в вводной части автор определяет проблему и показывает умение выявлять причинно-следственные связи, отражая их в методологии решения поставленной проблемы через систему целей, задач и т.д.

Текстовое изложение материала (основная часть) – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет главную трудность при его написании. Поэтому большое значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется выстраивание аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные и строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. В качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы там, где это необходимо. Традиционно в научном познании анализ может проводиться с использованием следующих категорий: причина – следствие, общее – особенное, форма – содержание, часть – целое, постоянство – изменчивость.

В процессе построения эссе надо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим или иллюстративным материалом. Следовательно, наполняя разделы содержанием аргументации (а это должно найти отражение в подзаголовках), в пределах параграфа необходимо ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе – использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать и ответить на вопрос, хорош ли

замысел. При этом последовательность подзаголовков свидетельствует также о наличии или отсутствии логики в освещении темы эссе.

Таким образом, основная часть – рассуждение и аргументация, В этой части необходимо представить релевантные теме концепции, суждения и точки зрения, привести основные аргументы “за” и “против” них, сформулировать свою позицию и аргументировать ее.

Заключение (заключительная часть) – обобщения и аргументированные выводы по теме эссе с указанием области ее применения и т.д. Оно подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, утверждение.

Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Таким образом, в заключительной части эссе должны быть сформулированы выводы и определено их приложение к практической области деятельности.

Список использованной литературы составляет одну из частей работы, отражающей самостоятельную творческую работу автора и позволяющей судить о степени фундаментальности данной работы. При составлении списка литературы в перечень включаются только те источники, которые действительно были использованы при подготовке эссе. Список использованной литературы составляется строго в алфавитном порядке в следующей последовательности: законы РФ и другие официальные материалы (указы, постановления, решения министерств и ведомств); печатные работы (книги, монографии, сборники); периодика; Интернет-сайты. По возможности список должен содержать современную литературу по теме.

#### ***Аппарат доказательств, необходимых для написания эссе***

Доказательство – совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения. Оно связано с убеждением, но не тождественно ему: аргументация или доказательство должны основываться на данных науки и общественно-исторической практики, убеждения же могут быть основаны на предрассудках, неосведомленности людей, видимости доказательности, субъективном жизненном опыте. Структура любого доказательства включает в себя три составляющие: тезис – аргументы – выводы (или оценочные суждения). Тезис – это положение (суждение), которое требуется доказать. Аргументы – это категории, которыми пользуются при доказательстве истинности тезиса. Вывод – это мнение, основанное на анализе фактов. Оценочные суждения – это мнения, основанные на наших убеждениях, верованиях или взглядах. Виды связей в доказательстве. Для того, чтобы расположить тезисы и аргументы в логической последовательности, необходимо знать способы их взаимосвязи. Связь предполагает взаимодействие тезиса и аргумента и может быть прямой, косвенной или разделительной. Прямое доказательство – доказательство, при котором истинность тезиса непосредственно обосновывается аргументом. Например, мы не должны идти на занятия, так как сегодня воскресенье. Метод прямого доказательства можно применять, используя технику индукции, дедукции, аналогии и причинно-следственных связей. Индукция – процесс, в результате которого мы приходим к выводам, базирующихся на фактах. При этом в своих рассуждениях мы движемся от частного к общему, от предложения к утверждению. Общее правило индукции гласит: чем больше фактов, тем убедительнее аргументация. Дедукция – процесс рассуждения от общего к частному, в котором вывод обычно строится с опорой на две предпосылки, когда одна из них носит более общий характер. Аналогия – способ рассуждений, построенный на сравнении. Аналогия предполагает, что если объекты А и Б схожи по нескольким направлениям, то они должны иметь одинаковые свойства. Необходимо помнить о некоторых особенностях данного вида аргументации: направления сравнения должны касаться наиболее значительных черт двух сравниваемых объектов, иначе можно прийти к совершенно абсурдному выводу. Причинно-следственная

аргументация – аргументация с помощью объяснения причин того или иного явления (очень часто явлений, находящихся во взаимозависимости).

#### ***Требования к фактическим данным и другим источникам***

При написании эссе важно то, как используются эмпирические данные и другие источники. Все (фактические) данные соотносятся с конкретным временем и местом поэтому, прежде чем их использовать, необходимо убедиться в том, что они соответствуют необходимому для исследований времени и месту. Соответствующая спецификация данных по времени и месту – один из способов, который может предотвратить чрезмерное обобщение, результатом которого может, например, стать предложение о том, что все страны по некоторым важным аспектам одинаковы (если Вы так полагаете, тогда это должно быть доказано, а не быть голословным утверждением). Чрезмерного обобщения можно избежать, если помнить, что в рамках эссе используемые данные являются иллюстративным материалом, а не заключительным актом, то есть они подтверждают аргументы и рассуждения и свидетельствуют о том, что автор умеет использовать данные должным образом. Нельзя забывать также, что данные, касающиеся спорных вопросов, всегда подвергаются сомнению. При написании эссе необходимо понять сущность фактического материала, связанного с этим вопросом (соответствующие индикаторы, насколько надежны данные для построения таких индикаторов, к какому заключению можно прийти на основании имеющихся данных и индикаторов относительно причин и следствий и т.д.), и продемонстрировать это в эссе. Нельзя ссылаться на работы, которые автор эссе не читал сам.

#### ***Требования к оформлению эссе***

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5.

Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что студент не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

#### ***Процедура подготовки к зачету:***

Каждый учебный семестр заканчивается зачетно-экзаменационной сессией. Подготовка к зачетно-экзаменационной сессии, сдача зачетов и экзаменов является также самостоятельной работой студента. Основное в подготовке к сессии – повторение всего учебного материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет или экзамен. Только тот студент успевает, кто хорошо усвоил учебный материал. Если студент плохо работал в семестре, пропускал лекции, слушал их невнимательно, не конспектировал, не изучал рекомендованную литературу, то в процессе подготовки к сессии ему придется не повторять уже знакомое, а заново в короткий срок изучать весь учебный материал. Все это зачастую невозможно сделать из-за нехватки времени. Для такого студента подготовка к зачету или экзамену будет трудным, а иногда и непосильным делом, а конечный результат – возможное отчисление из учебного заведения.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература.**

1. Полещук О. Машина продаж [Электронный ресурс]: системный подход к активным

- продажам/ Полещук О.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 204 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43691>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Семенцов А. Усиление отдела продаж [Электронный ресурс]: руководство по оценке эффективности и совершенствованию системы продаж. Монография/ Семенцов А.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Кабинетный ученый, Good Business, 2014.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48283>.— ЭБС «IPRbooks»
  3. Захарова Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж [Электронный ресурс]/ Захарова Ю.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011.— 134 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1909>.— ЭБС «IPRbooks»
  4. Гвозденко Е.В. Инстинкт покупать. Успешные продажи с психологическим подходом. 2-е изд. [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Гвозденко Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5967>.— ЭБС «IPRbooks»
  5. Юрасова Ю.В. Обучение торгового персонала - курс тренингов эффективных продаж. 2-е изд. [Электронный ресурс]/ Юрасова Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5974>.— ЭБС «IPRbooks»

## **6.2. Дополнительная литература**

1. Евгений Колотиллов Удвоение личных продаж [Электронный ресурс]: как менеджеру по продажам повысить свою эффективность/ Евгений Колотиллов, Андрей Парабеллум— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41469>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Птуха К. Эмоциональные продажи [Электронный ресурс]: как увеличить продажи втрое/ Птуха К., Гусарова В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41527>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Филиппов С. Команда чемпионов продаж [Электронный ресурс]: как создать идеальный отдел продаж и эффективно им управлять/ Филиппов С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 170 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43660>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Директива Европейского Парламента и Совета ЕС 1999/44/ЕС от 25 мая 1999 г. о некоторых аспектах продажи потребительских товаров и предоставляемых гарантиях [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 11 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1224>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Жданова Т.С. Ленивый маркетинг. Принципы пассивных продаж. 2-е изд. [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Жданова Т.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 117 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5972>.— ЭБС «IPRbooks»

## **6.3. Интернет-ресурсы.**

1. [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru) / - Российская национальная библиотека
2. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) / -Национальная электронная библиотека
3. [www.rsi.ru](http://www.rsi.ru) / - Российская государственная библиотека
4. [www. rbs.ru](http://www.rbs.ru) / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016, программа «Antiplagiat.ru».

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.