

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

**Факультет Высшая школа корпоративного управления
Кафедра международной коммерции**

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
международной коммерции
Протокол от «10» января 2017 г.
№ 5

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В. ДВ. 6.1. ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ ТОВАРОВ НА
ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ**

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

направление подготовки (специальность)

38.03.06 «Торговое дело

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Международная коммерция»

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма(ы) обучения)

Набор 2016 г

(год набора)

Москва, 2017 г.

Автор (ы)-составители

Ст. преподаватель кафедры Управление развитием бизнеса

Пантелеева О.Л.

(ученая степень и (или) ученое звание, должность) (наименование кафедры)

(подпись)

(ФИО)

Заведующий кафедрой

Международная коммерция д.э.н., профессор

Саламатов В.Ю

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 (модуля)
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
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина «Психология продаж на зарубежных рынках» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 6	Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение	ПК – 6.3	способность проводить деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение в профессиональной деятельности

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Профессиональный стандарт «Специалист в сфере закупок» утв. 08.09.2015 №606н ОТФ В - Осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (в полном объеме) Трудовые функции: В/02.6 Осуществление процедур закупок	ПК – 6.3	на уровне знаний: - знать психологические особенности зарубежных деловых партнеров при осуществлении процедур закупок
		на уровне умений: - уметь выбирать зарубежных деловых партнеров с учетом их психологических особенностей и заключать с ними договоры при осуществлении процедур закупок
		на уровне навыков: - владеть навыками осуществления процедур закупок и заключения закупочных договоров и контроля за их выполнением в профессиональной деятельности с учетом психологических особенностей зарубежных деловых партнеров
Профессиональный стандарт «Эксперт в сфере закупок» утв. 10.09.2015 №625н ОТФ А (в полном объеме) Консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и	ПК – 6.3	на уровне знаний: - знать психологические особенности зарубежных деловых партнеров при ведении переговоров и заключении договоров в профессиональной деятельности с целью консультирования по закупочным процедурам
		на уровне умений: - уметь консультировать по вопросам выбора зарубежных деловых

<p>корпоративных нужд</p> <p>Трудовые функции:</p> <p>А/01.6 Мониторинг рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</p> <p>А/02.6 Консультирование по закупочным процедурам</p>		<p>партнеров с учетом их психологических особенностей при проведении переговоров и заключении договоров и контроле их выполнения</p> <p>на уровне навыков:</p> <p>- владеть навыками консультирования по вопросам осуществления деловых переговоров по процедурам закупок и заключения закупочных договоров и контроля за их выполнением в профессиональной деятельности с учетом психологических особенностей зарубежных деловых партнеров</p>
<p>Менеджер ВЭД/менеджер по экспорту и импорту</p> <p>(в соответствии с результатами форсайт-сессии. Форсайт-анализ требований к компетенциям)</p> <p>Трудовые функции:</p> <p>- ведение переговоров и деловой переписки с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок.</p>	<p>ПК – 6.3</p>	<p>на уровне знаний:</p> <p>- знать психологические особенности зарубежных деловых партнеров при ведении переговоров и деловой переписки и заключении договоров с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок.</p> <p>на уровне умений:</p> <p>- уметь учитывать психологические особенности зарубежных деловых партнеров при ведении переговоров и деловой переписки и заключении договоров с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок.</p> <p>на уровне навыков:</p> <p>- владеть навыками на практике учитывать психологические особенности зарубежных деловых партнеров при ведении переговоров и деловой переписки и заключении договоров с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок.</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.1 «Психология продажи товаров на зарубежных рынках» входит учебный план по направлению 38. 03. 06 «Торговое дело», профиль «Международная коммерция» и изучается в 8 семестре 4-го курса как дисциплина по выбору.

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.6.1 «Психология продажи товаров на зарубежных рынках» опирается на следующие дисциплины: «Коммерческая деятельность» (2 курс, 3 семестр), «Мировая экономика и международная политика» (1 курс 2 семестр), «Страноведение» (1 курс 2 семестр «Деловые переговоры с зарубежными партнерами» (3 курс 5 семестр), «Международный маркетинг» (4 курс 7 семестр).

Дисциплина «Психология продажи товаров на зарубежных рынках» является опорой при выполнении НИР, прохождении производственной и преддипломной практик и выполнении НИР.

Общая трудоемкость дисциплины – 2 зач. единицы (72 час)

По дисциплине «Психология продажи товаров на зарубежных рынках» **выделяется:**

на контактную работу с преподавателем 36 час, в том числе:

-лекции – 18 час.

- практические занятия – 18 час.

на самостоятельную работу обучающихся – 36 час

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Тема 1	Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции на зарубежных рынках.	8	2		2		4	О

	Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.							
Тема 2	Особенности психологии общения в международной коммерции: психотерапевтический подход.	8	2		2		4	О,ДЗ
Тема 3	Психотерапевтическая организация диалога с зарубежными партнерами и потребителями.	8	2		2		4	О, ДЗ,Т
Тема 4	Психология продаж на зарубежных рынках.	8	2		4		4	О, ДЗ, Т
Тема 5	Этапы сделки.	8	2		4		4	О,ДЗ
Тема 6	Возражения покупателя и их обработка.	8	2		4		4	О, Т
Тема 7	Продажи по телефону и в Интернет-пространстве.	8	2		2		4	О
Тема 8	Стрессы в деятельности коммерсанта.	8	2		2		4	О
Тема 9	Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта. Антистрессовая методика	8	2		2		4	О
Промежуточная аттестация		.						Зачет
Всего:		72	18		18		36	

необходимые формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), домашнее задание (Дз), диспут (Д) .

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Исторические предпосылки развития психологии коммерции

. Общие принципы психотерапевтического воздействия коммерсанта. Необходимость использования психологии в отношениях с покупателями, поставщиками, партнёрами по бизнесу, управлении персоналом.

Тема 2 Особенности психологии общения в международной коммерции: психотерапевтический подход.

Коммуникативная сторона общения. Словесная подстройка к зарубежному партнеру. Виды психологического контакта и их особенности при деловом общении с партнерами разных стран: глазной контакт, мимика, жесты. Специальная техника общения: псевдокоммуникация, или активное слушание. Интерактивная составляющая общения. Позиции участников общения: модель Э.Бёрна. Перцептивная сторона общения. Рефлексия, идентификация, эмпатия.

Тема 3. Психотерапевтическая организация диалога с зарубежными партнерами и потребителями.

Диалог: типология вопросов. Речь как инструмент управления поведением. Техники анализа речи: метамодель. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции. Гипнотическое направление изучения психологии продаж. Техники повышения внушаемости, используемые в психологии коммерции. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи

Тема 4. Психология продаж на зарубежных рынках.

Мотивы зарубежного потребителя. Риски при покупках. Мотивы покупки. Анализ мотивов потребителей. Психологические особенности отечественного продавца.

Устойчивые психологические типы покупателей. Типы темперамента по Гиппократу—Павлову. Типы конституции по Э.Кречмеру. Психологические типы по К.Г. Юнгу и И. Майерс-Бриггс.

Тема 5. Этапы сделки.

Вступление – Attention. Презентация товара – Information, Interest. Мотивация – Desire. Завершение – Action. Послепродажный этап.

Тема 6. Возражения покупателя и их обработка.

Типология вопросов и логические уровни. Этапы обработки возражения. Приемы обработки возражений. Типовые возражения. Возражения по цене

Тема 7. Продажи по телефону и в Интернет-пространстве.

Сценарий телефонного диалога. Вступление. Типология вопросов. Завершение.

Сценарий общения он-лайн. Использование суггестивных техник в телефонном разговоре и при общении в Интернет-пространстве. Пресуппозиции. Псевдовопросы. Ложный выбор. Использование псевдо сравнений. Трюизмы.

Тема 8. Стрессы в деятельности коммерсанта.

Общие факторы стресса. Факторы профессионального стресса. Специфические факторы стресса у коммерсанта. Этапы стресса. Последствия стресса. Защита от профессионального стресса.

Тема 9. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта. Антистрессовая методика

Саморегуляция. Рекомендации, направленные в психологическое прошлое, настоящее и будущее. Саморегуляция и дисциплина мышления.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины...используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции на зарубежных рынках. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта	Опрос устный
Особенности психологии общения в международной коммерции: психотерапевтический подход.	Опрос устный , домашнее задание
Психотерапевтическая организация диалога с зарубежными партнерами и потребителями.	Опрос устный , домашнее задание, тестирование
Психология продаж на зарубежных рынках.	Опрос устный , домашнее задание, тестирование
Этапы сделки.	Опрос устный , домашнее задание
Возражения покупателя и их обработка.	Опрос устный , тестирование
Продажи по телефону и в Интернет-пространстве.	Опрос устный
Стрессы в деятельности коммерсанта.	Опрос устный
Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта. Антистрессовая методика	Опрос устный

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачета с отметкой**

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Содержание заданий контрольных работ (примеры):

Тематика контрольной работы 1.

Применение психотерапевтического подхода в психологии международной коммерции.
Психология общения в коммерции на зарубежных рынках: психотерапевтический подход.
Организация диалога.

Тематика контрольной работы 1.

Психология продаж и закупок на зарубежных рынках. Психологические этапы сделки.
Возражения покупателя и их обработка. Продажи по телефону и Интернету. Психология презентации. Типология потребителей, покупателей, продавцов.

Тематика контрольной работы 2.

Стрессы в деятельности коммерсанта. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта.

По каждому тематическому разделу контроля студентам предлагается варианты заданий, включая тестовые задания.

Ролевые игры и индивидуальные домашние задания (примеры):

Ролевая игра 1: студент – «продажник» (можно двое студентов) выбирает двух-трех из присутствующих студентов – покупателей и совершает с ними сделку, следуя основным этапам её совершения, стремясь максимизировать маржу сделки и оставив потребителя удовлетворённым.

Ролевая игра 2: Распределить роли между студентами; одной стороной смоделировать возражения; продавцу справиться с возражениями клиента в отношении закупаемого им товара.

Индивидуально домашнее задание 1.– разработать сценарий телефонного делового разговора, ориентированного на партнеров из разных стран с учетом их ментальности, а также предусматривающий различные варианты развития беседы (по телефону и в Интернет-пространстве).

Ролевая игра 3: проведении презентации товара перед зарубежными потребителями.

Индивидуальное домашнее задание 2: определить свой психологический тип

Индивидуальное домашнее задание 3: разработать методы борьбы со стрессом для себя индивидуально.

Темы эссе, диспутов, докладов по дисциплине «Психология продажи товаров на зарубежных рынках».

1. Понятие о психологии коммерции как прикладной психологической дисциплине.
2. Проблема личности в психологической науке: структура и социальное поведение.

3. Внутренний мир личности и ее самосознание. Его влияние на успешность коммерческих сделок (на примере сделки по закупке ТМЦ или экспортно-импортной операции)

4. Социальная психология трудового коллектива.

5. Характеристика коллектива и групповая динамика.

6. Организационная культура коммерческой фирмы: структура и содержание.

7. Имидж коммерческой фирмы и его влияние на успешность коммерческих сделок (на примере сделки по закупке ТМЦ или экспортно-импортной операции)

8. Имидж торгового персонала и коммерсанта.

9. Факторы коммерческого успеха организации; профессионализм коммерсанта, маркетинговое поведение персонала, эффективный стиль руководства, этика бизнеса.

10. Психология коммерческих переговоров и принципы делового общения.

11. Психологический комфорт и доверие клиента (партнера) как предпосылка успешной коммерческой сделки.

12. Психологическая ориентация коммерсанта в торговой ситуации и установление психотипа партнера (на примере сделки по закупке ТМЦ или экспортно-импортной операции)

13. Магические приемы презентации товара и аргументация продажи.

14. Психотерапия поведения партнера, реформирование и преодоление возражений, страхов, сомнений.

15. Атакующий стиль поведения коммерсанта в коммерческом диалоге с партнером. Процессы лидирования.

16. Атакующий стиль поведения коммерсанта в коммерческих переговорах: возможности и приемы манипулятивной техники.

17. Психологические особенности процесса заключения коммерческой сделки (на примере сделки по закупке ТМЦ или экспортно-импортной операции)

18. Основные предпосылки профессионализма в работе коммерсанта: профессиональное мышление, личностно-деловые качества, творческие способности.

19. Навыки психологической и коммуникативной компетентности коммерсанта как решающее условие эффективной коммерческой сделки.

20. Эмпатия и психотехнология личностного обаяния в работе коммерсанта как практического психолога.

21. Социальные роли и личностный потенциал коммерсанта в рыночных условиях.

22. Управление коммерсантом собственным поведением как решающее условие развития профессионализма и самосовершенствования.

23. Обучение коммерсанта в рыночных условиях: игровые и тренинговые методы.

24. Характеристика основных приемов рефрейминга.

25. Основы манипулятивной техники.

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 6	Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение	ПК – 6.3	способность проводить деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение в профессиональной деятельности

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-6.3 способность проводить деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение в профессиональной деятельности	Определяет психологические типы покупателей и продавцов на национальном и зарубежных рынках Применяет поведенческие модели при определении позиции участников общения и суггестивные приемы общения Выбирает технологии проведения процесса продаж на рынках Осуществляет защиту от профессионального стресса и эмоционального выгорания Обрабатывает возражения партнеров при заключении сделки, продажам по телефону, проведению презентаций, проведении рекламных кампаний	Грамотно определяет психологические типы покупателей и продавцов на национальном и зарубежных рынках Корректно применяет поведенческие модели при определении позиции участников общения и суггестивные приемы общения Самостоятельно выбирает технологии проведения процесса продаж на рынках Грамотно осуществляет защиту от профессионального стресса и эмоционального выгорания Корректно обрабатывает возражения партнеров при заключении сделки, продажам по телефону, проведению презентаций, проведении рекламных кампаний

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы промежуточной аттестации

1. Сферы применения психотерапевтического подхода в психологии коммерции на зарубежных рынках.
2. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.

3. Психология общения в коммерции: особенности на зарубежных рынках - психотерапевтический подход.
4. Коммуникативная сторона общения с учетом специфики зарубежных потребителей.
5. Словесная подстройка к собеседнику.
6. Глазной контакт.
7. Специальная техника общения: псевдокоммуникация, или активное слушание.
8. Интерактивная составляющая общения.
9. Позиции участников общения: модель Э.Бёрна.
10. Перцептивная сторона общения.
11. Рефлексия, идентификация, эмпатия.
12. Психотерапевтическая организация диалога.
13. Диалог: типология вопросов.
14. Речь как инструмент управления поведением.
15. Техники анализа речи: мета модель.
16. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции.
17. Гипнотическое направление изучения психологии продаж.
18. Техники повышения внушаемости, используемые в психологии коммерции.
19. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи.
20. Психологическая экономика.
21. Психология продаж. Психологические составляющие продаж.
22. Мотивы потребителя. Анализ мотивов потребителей.
23. Мотивы покупки. Риски при покупках.
24. Психологические особенности отечественного потребителя.
25. Этапы сделки.

26. Послепродажный этап и создание базы данных клиентов.
27. Возражения покупателя и их обработка.
28. Типология вопросов и логические уровни.
29. Этапы обработки возражения.
30. Приемы обработки возражений.
31. Типовые возражения.
32. Продажи по телефону.
33. Психология презентации.
34. Типология потребителей и покупателей.
35. Типология потребителей.
36. Типология поведения покупателей.
37. Устойчивые психологические типы.
38. Стрессы в деятельности коммерсанта.
39. Защита от профессионального стресса, или антистрессовая саморегуляция.
40. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта.

Для оценки степени освоения компетенции ПК -6.3 используются следующие шкалы:

Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций

Обозначения		Формулировка требований		
Цифр.	Оценка	к степени сформированности компетенции		
		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	В целом успешное, но не систематическое

			умение	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 к степени сформированности компетенции
Цифр.	Оценка	
1	Не зачтено	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале
2	Зачтено или не зачтено (по усмотрению преподавателя)	Знать на уровне ориентирования , 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 репродуктивном уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях
4	Зачтено	Знать, уметь, владеть на аналитическом 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 системном 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

Процедуры и средства оценивания элементов компетенций
по дисциплине «Психология продаж товаров на зарубежных рынках»

Процедура проведения	Средство оценивания				
	Текущий контроль				Промежуточный контроль
	Выполнение устных заданий	Выполнение письменных заданий	Выполнение практических заданий	Выполнение эссе и докладов	Зачет в устной форме
Продолжительность контроля	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	В соответствии с принятыми нормами времени
Форма проведения контроля	Устный опрос	Письменный опрос	Письменный опрос	Письменная форма с презентацией	В устной форме
Вид проверочного задания	Устные вопросы	Письменные задания	Практические задания	Письменный опрос	Зачет
Форма отчета	Устные ответы	Ответы в письменной форме	Ответы в письменной форме	Ответы в письменной (по эссе и рефератам)	Ответы в устной форме
Раздаточный материал	есть	Справочная литература	Справочная литература	Справочная литература	Справочная литература

1. Пример тестового задания для контроля освоения компетенции ПК – 6.3.

Вы считаете, что мимика и жесты – это:

- а) спонтанное выражение душевного состояния человека в данный момент;
- б) дополнение к его словам;

в) непроизвольное проявление вашего подсознания (того, что хотелось бы не показывать окружающим).

2. Пример самостоятельного задания.

- Опишите и дайте характеристику «милтон-модели».
- Составьте таблицу «Типология вопросов».
- Определите свою способность идти на риск.
- Опишите меры психологической защиты.
- Составьте таблицу «Типы конкурентов».

3. Пример контрольной работы.

- Психология общения в коммерции при совершении сделок закупки и продажи товаров, услуг.
- Составьте таблицу «Структура и окружение общения».
- Определите свой тип нервной системы. Дайте характеристику.
- Задание. Один из постоянных оптовых клиентов вашей фирмы отказывается от сотрудничества. При обсуждении причин отказа выясняется, что поводом послужило некорректное поведение менеджера вашей фирмы, курировавшего данного клиента. Что делать?

Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям и ролевым играм

№/№ /пп	Название темы	Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям и ролевым играм	С/р час
1.	Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.	Подготовка к практическим занятиям. Студентам предоставляется перечень вопросов темы и/или самостоятельные задания.	3
2.	Психология общения в коммерции: психотерапевтический подход.	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Функции общения. 2. Коммуникативная и интерактивная сторона общения. 3. Перцептивная сторона общения.	3
3.	Психотерапевтическая организация диалога	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Вербальное и невербальное общение. 2. Речь как инструмент управления поведением человека. 3. Психотерапевтические техники речевого воздействия.	3
4.	Психология продаж на зарубежных рынках .	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Мотивы потребления зарубежных покупателей. 2. Дополнительные риски при продажах и покупках на зарубежных. 3. Психологические особенности зарубежных	3

		потребителей.	
5.	Этапы сделки (психологический аспект)	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Последовательность заключения сделки (модель «AIDA») 2. Вступление и презентация. 2. Мотивация и завершение. 3. Послепродажный этап. Ролевая игра: студент – продажник (можно двое студентов) выбирает двух-трех из присутствующих студентов – покупателей и совершает с ними сделку, следуя основным этапам её совершения, стремясь максимизировать маржу сделки и оставив потребителя удовлетворённым.	4
6.	Возражения покупателя и их обработка	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Технологии НЛП (нейро-лингвистического программирования) убеждения по Эриксону 2. Типология вопросов и возражений. 3. Этапы и приёмы обработки возражений. 4. Возражения по цене. Ролевая игра: Распределить роли между студентами; одной стороной смоделировать возражения; продавцу справиться с возражениями клиента в отношении товара.	4
7.	Продажи по телефону и в Интернет-пространстве	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Психология телефонного и он-лайн контакта. 2. Особенности ведения деловых телефонных переговоров и общения через Интернет. 3. Интонация в голосе и ее значение. Домашнее задание – разработать сценарий телефонного делового разговора, ориентированного на партнеров из разных стран с учетом их ментальности, а также предусматривающий различные варианты развития беседы (по телефону и в Интернет-пространстве).	3
8.	Психология презентации	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Пятиэтапная схема презентации товара, услуги. 2. Факторы, влияющие на поведение слушателей. 3. Схемы представления информации и психологические приемы – «генераторы волнения публики». 4. Организация пространства. Ролевая игра: проведении презентации товара перед зарубежными потребителями.	4
9.	Типология потребителей и покупателей	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Типология потребителей. 2. Устойчивые психологические типы потребителей на разных зарубежных рынках. 3. Относительно устойчивые психологические типы	3

		потребителей . Индивидуальное домашнее задание: определить свой психологический тип	
10.	Стрессы в деятельности коммерсанта	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Факторы и причины стрессов с точки зрения психологии. 2. Компетенции и этапы стресса. 3. Антистрессовая программа. Индивидуальное домашнее задание: : разработать методы борьбы со стрессом для себя индивидуально.	3
11.	Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Основы самоменеджмента 2. Рекомендации, направленные в прошлое. 3. Рекомендации, направленные в настоящее. 4. Рекомендации, направленные в будущее.	3
Итого, время самостоятельной работы студентов			36

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы студентов. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;

- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- выполните задания к практическим занятиям, готовьтесь дать устный развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к публичному выступлению

Подготовки к публичному выступлению (докладу или участию в дискуссии) включает в себя анализ различных источников информации, составления конспекта речи, репетицию устного выступления. Для составления конспекта выступления необходимо:

- осуществить анализ периодической литературы и интернет-ресурсов;
- выбрать наиболее интересную тему (возможно по согласованию с преподавателем);
- подобрать материалы, соответствующие проблеме, характеризующие различные подходы и авторские позиции;
- законспектировать (сделать «выжимки») из источника, раскрывающие замысел автора, его позицию;
- интегрировать собранные материалы в единый содержательный блок.

Подготовка дискуссии (круглого стола)

Подготовка дискуссии (круглого стола) представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях 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,

При реализации дисциплины (модуля) используются интерактивные формы проведения занятий:

- ролевые игры с элементами «мозгового штурма»;
- круглый стол (дискуссия).

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней изучения данной дисциплины. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем экзаменационных вопросов.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

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»

6.2. Дополнительная литература.

- 1.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»
- 2.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»
- 3.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. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

- 1.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»

2.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:

3. Евгений Колотилов.Удвоение личных продаж [Электронный ресурс]: как менеджеру по продажам повысить свою эффективность/ Евгений Колотилов, Андрей Парабеллум— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 144 с.—
Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41469>.— ЭБС «IPRbooks»

6.4. Нормативные правовые документы. Не предусмотрено

6.5. Интернет-ресурсы.
<http://www.iprbookshop.ru/5974>.— ЭБС «IPRbooks»
<http://ido.edu.ru/ffec/rlang-index.html> Федеральный фонд учебных курсов

6.6. Иная литература

1.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»

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 семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

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; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.

