

**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 «02» сентября 2019 г.
№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 ПСИХОЛОГИЯ КОММЕРЦИИ

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

направление подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

(код,наименование направления подготовки)

-

Международная коммерция

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

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма (мы) обучения)

Год набора – 2020

Москва, 2019

Автор (ы)-составителиСт.преподавательПантелеева О.Л.

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

(ФИО)

Заведующий кафедрой

Международная коммерцияд.э.н., профессорСаламатов В.Ю.

(наименование кафедры)

(ученая степень и (или) ученое звание)

(ФИО)

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
 - 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, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина «Психология коммерции» 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

1.1. 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 деловых партнеров при осуществлении процедур закупок
		на уровне умений: - уметь выбирать 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 контролировать их выполнение в профессиональной деятельности с учетом психологических особенностей 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 корпоративных нужд	ПК – 6.3	на уровне знаний: - знать психологические особенности 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 деловых партнеров с учетом их психологических особенностей при проведении переговоров и заключении

<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>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 их выполнения в профессиональной деятельности с учетом психологических особенностей 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 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 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 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 (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 «Психология коммерции» 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.06.02 «Психология коммерции» 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 коммерции» является опорой при выполнении НИР, прохождении производственной и преддипломной практик и выполнении НИР.

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

По дисциплине «Психология коммерции» **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

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		
Очная форма обучения								
Тема 1	Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.	7	2		2		3	О
Тема 2.	Сферы применения психотерапевтического подхода в психологии коммерции..	5	1		1		3	О.ДЗ, КР
Тема 3	Коммуникативная сторона общения в коммерции	7	2		2		3	О, ДЗ,Т
Тема 4.	Психотерапевтическая организация диалога	6	1		2		3	О,ДЗ
Тема 5.	Суггестивные технологии в психологии коммерции	7	2		2		3	О, Т
Тема 6	Типология потребителей и покупателей.	6	1		2		3	О
Тема 7.	Психология продаж	7	2		2		3	О
Тема 8.	Сбыт и его этапы: психологическая настройка.	7	2		2		3	О

Тема 9.	Психологические особенности продаж по телефону.	5	1		1		3	О.Д
Тема 10.	Возражения покупателя и их обработка.	6	2		1		3	О
Тема 11	Психологические механизмы воздействия рекламы и психотехнологии торговой презентации.	6	2		1		3	О
Тема 12.	Стрессы в деятельности коммерсанта. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта.	6	2		1		3	О
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	18		18		36	

*** необходимые формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), диспут (Д), домашнее задание (Дз), контрольная работа (КР)*

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.

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. Сферы применения психотерапевтического подхода в психологии коммерции..

Понятие о поведении. Специфика коммерческого поведения. Психологические основы исследования коммерческого поведения. Внешние и внутренние регуляторы поведения. Типы поведения. Исследования делового поведения.

Интерактивная составляющая общения. Позиция участников общения: модель Э. Бёрна. Перцептивная сторона общения. Рефлексия, идентификация, эмпатия. Невербальные стратегии. Понятие о коммуникации. Типы коммуникации. Вербальные и невербальные средства общения. Структура речевого общения. Способы повышения доверия к воспринимаемой информации. Интерактивная сторона общения. Стили поведения по К. Томасу. Взаимопонимание. Перцептивная составляющая общения. Социальная перцепция. Идентификация, рефлексия, эмпатия. Эффекты, мешающие правильному восприятию другого человека. Каузальная атрибуция. Установки и стереотипы. Способы повышения эффективности общения. Психотипы и социотипы. Защита от агрессии в деловом

общении. Фрустрационные реакции. Техники работы с отрицательными эмоциями. Манипуляции в общении. Признаки, выдающие манипуляторов. Защита от манипуляции. Позиционное давление. Техники слушания. Активное слушание. Рефлексивное слушание и его виды. Аргументации в деловом общении. Методы аргументирования. Рекомендации по технике убеждения партнера.

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.

Психология коммерческой сделки. Понятие о сделках. Виды сделок. Условия сделок.

Тема 3. Коммуникативная сторона общения в коммерции

Коммуникативная сторона общения. Словесная подстройка к собеседнику. Глазной контакт. Специальная техника общения

Тема 4. Психотерапевтическая организация диалога

Диалог: типология вопросов (открытые, закрытые и др.). Вербальные стратегии общения. Речь как инструмент управления поведением. Техники анализа речи: метамодель. Теория воздействия на покупателя. Манипуляции в общении и психологическая защита. Техника активного слушания. Техники вопросов. Аргументация в деловом общении. Техники работы с отрицательными эмоциями. Агрессия и ее психологическая сущность. Партнерство – наиболее качественное взаимоотношение при продажах. Четыре ключевых группы взаимоотношений. Общение, ведущее к улучшению диалога. Стратегии самоусовершенствования.

Тема 5. Суггестивные технологии в психологии коммерции

Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции. Гипнотическое направление изучения психологии продаж. Техники повышения внушаемости, используемые в психологии коммерции. Психоаналитически ориентированные подходы. Техники эриксоновского гипноза. Подход нейролингвистического программирования. Метод лингвистического манипулирования. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи. Убеждение как психологический метод в психологии коммерции

Тема 6. Типология потребителей и покупателей.

Психологический подход к исследованию поведения потребителей. Психографика. Гендерные стереотипы потребительского поведения. Типология потребителей. Типология поведения покупателей. Устойчивые психологические типы. Типы темперамента по Гиппократу-Павлову. Типы конституции по Э. Кречмеру. Психологические типы по К.Г.

Юнгу. Психологические типы по Майерс-Бриггс. Психология распознавания личностей по Б.Бонстетеру.

Тема 7. Психология продаж

Составляющие эффективной продажи. Организация процесса продаж. Психологическая экономика. Общая схема скрытого управления. Воздействие на покупателя. Аттракция: создание атмосферы, способствующей продаже. Факторы, влияющие на принятие покупательского решения. Индивидуальные потребности, влияющие на принятие покупательских решений. Восприятие: как формируется потребность покупателя. Анализ мотивов и его использование в проведении продаж. Эмоциональные и рациональные мотивы покупки. Теория покупательского воздействия. Теория удовлетворения потребностей. Мотивы потребителя. Риски при покупках. Социально-психологические установки и стереотипы. Структура потребностей в психологии коммерции. Психологическое манипулирование в условиях личных продаж психологические особенности отечественного потребителя

Тема 8. Психология продаж

Подготовка к деловой беседе, проведение переговоров. Этапы сделки: вступление, презентация товара, мотивация, завершение, послепродажный этап. Методы ведения переговоров и заключения сделки. Общие правила и стратегии организации эффективной презентации товаров. Формирование решения. Процесс принятия решения. Его виды. Стадии потребительского решения. Осознание потребности. Поиск информации. Оценочные критерии потребительских решений. Покупка. Процессы после покупки. Послепокупочная оценка альтернатив. Оценка сделанной покупки. Послепокупочный диссонанс. Удовлетворенность потребителя.

Тема 9. Психологические особенности продаж по телефону.

Психологические тонкости общения по телефону. Правила общения по телефону. Рекомендации, позволяющие научиться внимательно слушать собеседника при телефонном разговоре. Особенности общения по телефону. Проведение телефонных переговоров. Типичные стратегические ошибки телефонных продаж. Этика телефонного разговора. Структура подготовки к телефонным переговорам (психологический аспект). Характеристика собеседника по его манере говорить. Схемы успешного телемаркетинга

Тема 10. Возражения покупателя и их обработка.

Типология вопросов и логические уровни. Этапы обработки возражения. Приемы обработки возражений. Типовые возражения. Возражения по цене. Преодоление возражений. Обсуждение проблем и сомнений клиентов. Специальные методы преодоления сопротивления покупателя. Стили поведения в конфликтной ситуации.

Тема 11. Психологические механизмы воздействия рекламы и психотехнологии торговой презентации

Направления, определяющие эффективность психологического воздействия рекламы. Структура психологического воздействия рекламы на потребителя. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий факторы воздействия. Психология восприятия света, цвета, формы, звука. Психологические особенности упаковки товара. Характеристика психологической функции товарной марки и товарного знака. Использование в рекламе позитивных и негативных эмоций.

Подготовка презентации. Содержание этапов презентации. Психологические аспекты торговой презентации. Цель, задачи и стратегии торговой презентации. Установление эффективного контакта и доверительных отношений продавца и покупателя как основа успешной презентации. Основные принципы убеждающей коммуникации в процессе торговой презентации. Характеристика основных приемов убеждения в процессе торговой презентации. Секреты убедительной презентации. Схема проведения презентации. Формы презентации.

Тема 12. Стрессы в деятельности коммерсанта. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта

Личность коммерсанта. Типы личности коммерсантов и их психологическая подготовка. Общие факторы стресса. Факторы профессионального стресса. Специфические факторы стресса. Этапы стресса. Последствия стресса. Защита от профессионального стресса. Антистрессовая саморегуляция. Саморегуляция и креативность. 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 «Психология коммерции» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.	Опрос
Сферы применения психотерапевтического подхода в психологии коммерции..	Опрос, домашнее задание, контрольная работа
Коммуникативная сторона общения в коммерции	Опрос, домашнее задание, тестирование
Психотерапевтическая организация диалога	Опрос, домашнее задание
Суггестивные технологии в психологии коммерции	Опрос, тестирование

Типология потребителей и покупателей.	Опрос
Психология продаж	Опрос
Сбыт и его этапы: психологическая настройка.	Опрос
Психологические особенности продаж по телефону.	Опрос, диспут
Возражения покупателя и их обработка.	Опрос
Психологические механизмы воздействия рекламы и психотехнологии торговой презентации.	Опрос
Стрессы в деятельности коммерсанта. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта.	Опрос

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме: зачета в тестовой форме

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

. Содержание заданий контрольных работ:

Тематика контрольной работы 1.

Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции. Психология общения в коммерции на рынках товаров и услуг: психотерапевтический подход. Организация диалога.

Тематика контрольной работы 1.

Психология продаж на 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.

Рольевые игры и индивидуальные домашние задания:

Рольевая 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.

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

. 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.
- 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?

Тест текущего контроля по курсу «Психология коммерции»

Ф.И.О. _____

1. Основные составляющие лидерского потенциала управленца – это:

- а) компетентность, установки, ценности, приоритеты, мотивация;
- б) процессы постоянного контроля деятельности подчинённых;
- в) создание условий, регулирующих трудовые отношения, в рамках которых у работника появляется потребность трудиться;
- г) собеседование, мониторинг, анализ результатов деятельности

3. К основным стилям руководства относятся:

- а) бюрократический и демократический стили;
- б) авторитарный, либеральный, демократический;
- в) научный, бюрократический, либеральный;
- г) индивидуальный, авторитарный и демократический

4 . Личность – это:

- а) человек как существо биологическое
- б) неповторимый, уникальный образ
- в) человек как существо социальное
- г) часть природы

5. Выберите одну характерную черту харизматического лидера:

- а) профессионализм и компетентность
- б) способность увлечь своей идеей остальных
- в) высокая работоспособность
- г) нравственная надёжность

6. Определите, какие из причин не являются причинами сопротивления персонала изменениям в организации:

- а) эгоистический интерес, низкая терпимость к изменениям;
- б) неправильное понимание целей и стратегии изменений;
- в) низкий уровень развития социального интеллекта;
- г) различная оценка последствий осуществления стратегии.

7. Группа – это...

- а) объединение людей, взаимовлияющих друг на друга, связанных социально-значимой общественно-полезной целью;
- б) объединение людей, обычно случайно оказавшихся вместе;
- в) объединение людей, связанных общей целью, совместной деятельностью, организованной структурой управления;
- г) объединение профессионалов, решающих конкретную практическую проблему

8. Команда – это...

- а) объединение людей, обычно случайно оказавшихся вместе;
- б) объединение людей, связанных общей целью, совместной деятельностью, организованной структурой управления;
- в) объединение профессионалов, решающих конкретную практическую проблему;
- г) объединение людей, взаимовлияющих друг на друга, связанных социально-значимой общественно-полезной целью;

• 9. Коллектив – это...

- а) объединение профессионалов, решающих конкретную практическую проблему;
- б) объединение людей, взаимовлияющих друг на друга, связанных социально-значимой общественно-полезной целью;
- в) объединение людей, связанных общей целью, совместной деятельностью, организованной структурой управления;
- г) объединение людей, обычно случайно оказавшихся вместе;

• 10. К какому типу темперамента относятся следующие характеристики поведения: «человек обладает высокой скоростью реакций, активно и стремительно откликается на ситуацию, говорит и двигается быстро, живёт в дефиците времени»:

- а) флегматик
- б) сангвиник
- в) меланхолик
- г) холерик

11. Выделите одну из основных задач взросления личности по Д. Левинсону:

- а) увязать мечты с реальностью
- б) получить образование

- в) достичь профессиональных вершин
- г) сотрудничество с людьми

12. Индивидуальность – это:

- а) особенности, развивающиеся в процессе общения и деятельности
- б) навыки поведения
- в) особенности реакций в конфликтной ситуации
- г) неповторимость, своеобразное отличие одной личности от другой

1. Определите основной признак личностного развития:

- а) свобода;
- б) ответственность;
- в) активность;
- г) индивидуальность

2. Темперамент это ...

- а) биологическая основа личности;
- б) особенности личности, развивающиеся в процессе деятельности;
- в) активность;
- г) индивидуальность

3. Характер – это...

- а) индивидуальность
- б) биологическая основа личности;
- в) особенности общения;
- г) особенности личности, проявляющиеся в поведении и деятельности

• 16.Профилактика синдрома хронической усталости в практике управления заключается:

- а) в правильном командообразовании;
- б) в научном управлении;
- в) во внедрении методов стресс-менеджмента;
- г) в индивидуальном подходе к персоналу

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 для промежуточной аттестации

Сферы применения психотерапевтического подхода в психологии коммерции.

1. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.
2. Психология общения в коммерции: особенности общения на разных рынках - психотерапевтический подход.
3. Коммуникативная сторона общения с учетом специфики потребителей.
4. Словесная подстройка к собеседнику.
5. Глазной контакт.
6. Специальная техника общения: псевдокоммуникация, или активное слушание.
7. Интерактивная составляющая общения.
8. Позиции участников общения: модель Э.Бёрна.
9. Перцептивная сторона общения.
10. Рефлексия, идентификация, эмпатия.
11. Психотерапевтическая организация диалога.
12. Диалог: типология вопросов.
13. Речь как инструмент управления поведением.
14. Техники анализа речи: мета модель.

15. Психотерапевтические техники речевого воздействия в коммерции.
16. Гипнотическое направление изучения психологии продаж.
17. Техники повышения внушаемости, используемые в психологии коммерции.
18. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи.
19. Психологическая экономика.
20. Психология продаж. Психологические составляющие продаж.
21. Мотивы потребителя. Анализ мотивов потребителей.
22. Мотивы покупки. Риски при покупках.
23. Психологические особенности отечественного потребителя.
24. Этапы сделки.
25. Послепродажный этап и создание базы данных клиентов.
26. Возражения покупателя и их обработка.
27. Типология вопросов и логические уровни.
28. Этапы обработки возражения.
29. Приемы обработки возражений.
30. Типовые возражения.
31. Продажи по телефону.
32. Психология презентации.
33. Типология потребителей и покупателей.
34. Типология потребителей.
35. Типология поведения покупателей.
36. Устойчивые психологические типы.
37. Стрессы в деятельности коммерсанта.
38. Защита от профессионального стресса, или антистрессовая саморегуляция.

39. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта

Для оценки степени освоения компетенций ПК ОС- 6 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 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
Цифр.	Оценка	к степени сформированности компетенции
1	Не зачтено	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале
2	Зачтено или не зачтено (по усмотрению)	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

	преподавателя)	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 компетенции по дисциплине

«Психология коммерции»

Процедура проведения	Средство оценивания				
	Текущий контроль				Промежуточный контроль
	Выполнение устных заданий	Выполнение письменных заданий	Выполнение практических расчетных 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	Устный опрос	Письменный опрос	Письменный опрос	Письменная форма с презентации	В устной форме

контроля				й	
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

Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям и ролевым играм

№/ №/п п	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.	8
2.	Сферы применения психотерапевтического подхода в психологии коммерции..	Подготовка к практическим занятиям Вопросы к теме: 1.Коммерческая деятельность и ее функциональные сферы 2.Характеристика участников коммерческой деятельности, их роли 3.Психологические особенности разных участников коммерческой деятельности	8
3.	Коммуникативная сторона общения в коммерции	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Функции общения. 2. Коммуникативная и интерактивная сторона общения. 3. Перцептивная сторона общения.	10
4.	Психотерапевтическая организация диалога	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Вербальное и невербальное общение в организации диалога. 2. Речь как инструмент управления диалогом. 3. Психотерапевтические техники речевого воздействия.	9
5.	Суггестивные технологии в психологии коммерции	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Суггестивные технологии в психологии коммерции. 2. Милтон-модель: приемы суггестивной организации речи.	10
6.	Типология потребителей и	Подготовка к практическим занятиям.	9

	покупателей.	Вопросы к теме: Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Типология потребителей и покупателей. 2. Устойчивые психологические типы потребителей на разных рынках. 3. Относительно устойчивые психологические типы потребителей . Индивидуальное домашнее задание: определить свой психологический тип	
7.	Психология продаж	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.	9
8.	Сбыт и его этапы: психологическая настройка.	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Последовательность действий при сбыте товара 2. Мотивация и завершение. 3. Послепродажный этап. Ролевая игра: студент – сбытовик (можно двое студентов) выбирает двух-трех из присутствующих студентов – покупателей и совершает сбытовую операцию, следуя основным этапам её совершения, стремясь максимизировать маржу операции, оставив покупателя удовлетворённым.	9
9.	Психологические особенности продаж по телефону.	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).	9
10	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.	9

11.	Психологические механизмы воздействия рекламы и психотехнологии торговой презентации.	Подготовка к практическим занятиям. Вопросы к теме: 1. Реклама и ее психологическое воздействие на потребителя 2. Пятиэтапная схема презентации товара, услуги. 3. Факторы, влияющие на поведение слушателей. 4. Схемы представления информации и психологические приемы – «генераторы волнения публики». 5. Организация рекламного пространства. Ролевая игра: проведении презентации товара перед зарубежными потребителями.	9
12.	Стрессы в деятельности коммерсанта. 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. 5. Факторы и причины стрессов с точки зрения психологии. 6. Компетенции и этапы стресса. 7. Антистрессовая программа. Индивидуальное домашнее задание: : разработать методы борьбы со стрессом для себя индивидуально.	9
Итого, время самостоятельной работы студентов			108

Темы диспутов, докладов по дисциплине «Психология коммерции».

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.
4. Социальная психология трудового коллектива.
5. Характеристика коллектива и групповая динамика.
6. Организационная культура коммерческой фирмы: структура и содержание.
7. Имидж коммерческой фирмы.
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.
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.

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.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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 с отметкой. К зачету необходимо готовится 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 экзамена.

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. Иванова Н.Л. Психология бизнеса. Гриф УМО./ отв. Ред. Штроо В.А.- М.: 2014.- 509 с.
2. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. Учебник для бакалавров.6-е изд. – М.: Юрайт, 2013.- 591 с.
3. Меликян О. М. Поведение потребителей: учебник. (Электронный ресурс). - М.: Дашков и Ко, 2014 URL(<http://www.iprbookshop.ru/10952.html>)

6.2. Дополнительная литература

1. Адлер Ю.П. Хороший потребитель – довольный потребитель, или что приходит в голову, когда говорят про удовлетворенность и лояльность / Ю.П. Адлер. – М.: Стандарты и качество, 2006. – 43 с.
2. Андреева Н. В., Бетина О. Б., Жлудова О. А. Психология коммерции – М.: Вектор. 2005. 320 с.
3. Дубровин И. А. Поведение потребителей: учебное пособие. (Электронный ресурс). - М.: Дашков и Ко, 2014 URL(<http://www.iprbookshop.ru/10953.html>)
4. Залтман, Дж. Как мыслят потребители. То, о чем не скажет потребитель, то, чего не знает ваш конкурент / Джеральд Залтман: пер.с англ. – СПб.: Прайм – ЕВРОЗНАК, 2006. – 384 с. (Гарвардская школа бизнеса).
5. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Пер. с англ. 2-е изд. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 375 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

- 1.Корен Л., Гудмен П. Искусство торговаться или все о переговорах. Пер. с англ. – М.: СП “Эф-эй-би”, 1995.
- 2.Крегер О. Типы людей и бизнес / Отто Крегер, Дженет Тьюсон; пер. с англ. В.Г. Панова. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – 457с.
3. Фоксол, Г. Психология потребителей в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун.

– СПб.: Питер, 2001. - 352 с.

6.4. Интернет-ресурсы.

<http://ido.edu.ru/ffec/rlang-index.html> Федеральный фонд учебных курсов

6.5. Иные источники.

1. Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Соломатин А.А. Психология менеджмента.

Учебник для бакалавров. Базовый курс.- М.: Юрайт, 2014.- 368 с.

2. Маршалл Коэн. Почему покупатели делают это.- М.: Эксмо. 2008. –192 с.

3. Плесси Э. Психология рекламного влияния. Как эффективно воздействовать на потребителей / Пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой. – СПб.: Питер, 2007. – 272 с.: ил.

4. Райхельд, Ф.Ф. Эффект лояльности. Движущие силы экономического роста, прибылей и непреходящей ценности / Ф.Ф. Райхельд: пер.с англ. – М.: Вильям, 2005. – 384 с.

5. Пайн Б. Дж. Экономика впечатлений / Б. Дж. Пайн, Дж. Х. Гилмор: пер с англ. – М.,

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 ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.