

**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.06.01 Психология продажи товаров на зарубежных рынках /
Sales Psychology in World Markets**

(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)

Год набора – 2020

Москва, 2019 г.

Автор (ы)-составители

Ст. преподаватель кафедры Управление развитием бизнеса

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

Пантелеева О.Л.

(ФИО)

Заведующий кафедрой

Международная коммерция д.э.н., профессор

Саламатов В.Ю

(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 (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, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина «Психология продажи товаров на зарубежных рынках / Sales Psychology in World Markets» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

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 «Психология продажи товаров на зарубежных рынках / Sales Psychology in World Markets» 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 корпоративных нужд Трудовые функции: А/01.6 Мониторинг рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд А/02.6 Консультирование по закупочным	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 партнеров с учетом их психологических особенностей при проведении переговоров и заключении договоров и контроле их выполнения

процедурам		<p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Менеджер ВЭД/менеджер по экспорту и импорту (в соответствии с результатами форсайт-сессии. Форсайт-анализ требований к компетенциям) Трудовые функции: - ведение переговоров и деловой переписки с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок.</p>	ПК – 6.3	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 «Психология продажи товаров на зарубежных рынках / Sales Psychology in World Markets» 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.06.01 «Психология продажи товаров на зарубежных рынках / Sales Psychology in World Markets» 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 / Sales Psychology in World Markets» 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 / Sales Psychology in World Markets» 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

№ 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	Application of the psychotherapeutic approach in the psychology of commerce in foreign markets. Psychotherapeutic effect of a businessman / Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции на зарубежных рынках. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта	8	2		2		4	О
Тема 2	Features of the psychology of communication in international commerce: a psychotherapeutic approach / Особенности психологии общения международной коммерции: психотерапевтический подход	8	2		2		4	О.ДЗ

Тема 3	Psychotherapeutic organization of dialogue with foreign partners and consumers / Психотерапевтическая организация диалога с зарубежными партнерами и потребителями.	8	2		2		4	О, ДЗ, Т
Тема 4	The psychology of sales in foreign markets / Психология продаж на зарубежных рынках	8	2		4		4	О, ДЗ, Т
Тема 5	Stages of the transaction / Этапы сделки	8	2		4		4	О, ДЗ
Тема 6	Objections of the buyer and their processing / Возражения покупателя и их обработка	8	2		4		4	О, Т
Тема 7	Telephone and Internet sales / Продажи по телефону и в Интернет-пространстве	8	2		2		4	О
Тема 8	Stress in the activities of a businessman / Стрессы в деятельности коммерсанта	8	2		2		4	О
Тема 9	Self-regulation of the psycho-emotional state of a businessman. Anti-stress technique / Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта. Антистрессовая методика	8	2		2		4	О
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	18		18		36	

Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), домашнее задание (ДЗ), диспут (Д) .

Содержание дисциплины

Theme 1. Historical background of the development of the psychology of commerce
General principles of psychotherapeutic influence of a businessman. The need to use psychology in relations with customers, suppliers, business partners, personnel management.

Theme 2. Features of the psychology of communication in international commerce: a psychotherapeutic approach.

The communicative side of communication. Verbal adjustment to a foreign partner. Types of psychological contact and their features in business communication with partners from different countries: eye contact, facial expressions, gestures. Special communication technique: pseudo-communication, or active listening. The interactive component of communication. The positions of the participants in communication: the model of E. Byrne. The perceptual side of communication. Reflection, identification, empathy.

Theme 3. Psychotherapeutic organization of dialogue with foreign partners and consumers.

Dialogue: typology of questions. Speech as a behavior management tool. Speech Analysis Techniques: Metamodel. Psychotherapeutic techniques of speech exposure in commerce. Hypnotic direction in the study of sales psychology. Suggestibility techniques used in the psychology of commerce. Milton Model: Suggestive Speech Techniques

Theme 4. Psychology of sales in foreign markets.

Motives of a foreign consumer. Shopping risks. Motives for the purchase. Analysis of consumer motives. Psychological features of a domestic seller.

Sustainable psychological types of buyers. Types of temperament according to Hippocrates — Pavlov. Types of constitution according to E. Kretschmer. Psychological types according to K.G. Jung and I. Myers-Briggs.

Theme 5. Stages of the transaction.

Introduction - Attention. Product Presentation - Information, Interest. Motivation - Desire. Completion - Action. After-sales phase.

Theme 6. Objections of the buyer and their processing.

Typology of questions and logical levels. Objection processing steps. Objection handling techniques. Typical objections. Price objections

Theme 7. Sales by phone and in the Internet space.

Script telephone conversation. Introduction. Typology of questions. Completion.

Online communication script. The use of suggestive techniques in a telephone conversation and when communicating in the Internet space. Presuppositions. Pseudo-issues. False choice. Using pseudo comparisons. Truisms

Theme 8. Stress in the activities of a businessman.

Common stress factors. Occupational stress factors. Specific stress factors in a trader. Stages of stress. The effects of stress. Protection against occupational stress.

Theme 9. Self-regulation of the psycho-emotional state of a businessman. Anti-stress technique

Self-regulation. Recommendations aimed at the psychological past, present and future. Self-regulation and the discipline of thinking /

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

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
Application of the psychotherapeutic approach in the psychology of commerce in foreign markets. Psychotherapeutic effect of a businessman /	Опрос устный

Применение психотерапевтического подхода в психологии коммерции на зарубежных рынках. Психотерапевтическое воздействие коммерсанта	
Features of the psychology of communication in international commerce: a psychotherapeutic approach / Особенности психологии общения в международной коммерции: психотерапевтический подход.	Опрос устный , домашнее задание
Psychotherapeutic organization of dialogue with foreign partners and consumers / Психотерапевтическая организация диалога с зарубежными партнерами и потребителями.	Опрос устный , домашнее задание, тестирование
The psychology of sales in foreign markets / Психология продаж на зарубежных рынках	Опрос устный , домашнее задание, тестирование
Stages of the transaction / Этапы сделки	Опрос устный , домашнее задание
Objections of the buyer and their processing / Возражения покупателя и их обработка	Опрос устный , тестирование
Telephone and Internet sales / Продажи по телефону и в Интернет-пространстве	Опрос устный
Stress in the activities of a businessman / Стрессы в деятельности коммерсанта	Опрос устный
Self-regulation of the psycho-emotional state of a businessman. Anti-stress technique / 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):

Subject of test 1.

Application of the psychotherapeutic approach in the psychology of international commerce. The psychology of communication in commerce in foreign markets: a psychotherapeutic approach. Organization of dialogue.

Subject of test 2.

The psychology of sales and purchases in foreign markets. The psychological stages of the transaction. Objections of the buyer and their processing. Sales by phone and the Internet. Presentation psychology. Typology of consumers, buyers, sellers.

Subject of test 3.

Stress in the activities of a businessman. Self-regulation of the psycho-emotional state of a businessman.

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 2.

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 3.

Стрессы в деятельности коммерсанта. Саморегуляция психоэмоционального состояния коммерсанта.

По каждому тематическому разделу контроля студентам предлагаются 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

1. The concept of the psychology of commerce as an applied psychological discipline.
2. The problem of personality in psychological science: structure and social behavior.
3. The inner world of the personality and its identity. Its influence on the success of commercial transactions (on the example of a transaction for the purchase of goods and materials or export-import operations)

4. Social psychology of the labor collective.
5. Characteristics of the team and group dynamics.
6. The organizational culture of a commercial company: structure and content.
7. The image of a commercial company and its impact on the success of commercial transactions (for example, a transaction for the purchase of goods and materials or export-import operations)
8. Image of sales staff and a businessman.
9. Factors of commercial success of the organization; professionalism businessman, marketing staff behavior, effective style leadership, business ethics.
10. The psychology of commercial negotiations and the principles of business communication.
11. Psychological comfort and trust of the client (partner) as a prerequisite for a successful business transaction.
12. Psychological orientation of a businessman in a trading situation and establishing a partner's psychotype (for example, a transaction involving the purchase of goods and materials or an export-import operation)
13. Magic techniques of product presentation and argumentation of the sale.
14. Psychotherapy of partner behavior, reforming and overcoming objections, fears, doubts.
15. Attacking style of behavior of a businessman in a commercial dialogue with a partner. Leading processes.
16. Attacking style of behavior of a businessman in commercial negotiations: the possibilities and techniques of manipulative techniques.
17. Psychological features of the process of concluding a commercial transaction (on the example of a transaction for the purchase of goods and materials or export-import operations)
18. The main prerequisites for professionalism in the work of a businessman: professional thinking, personal and business qualities, creative abilities.
19. Skills of the psychological and communicative competence of the merchant as a decisive condition for an effective commercial transaction.
20. Empathy and psychotechnology of personal charm in the work of a businessman as a practical psychologist.
21. Social roles and personal potential of a businessman in market conditions.
22. Managing a businessman's own behavior as a decisive condition for the development of professionalism and self-improvement.

23. Training a businessman in market conditions: game and training methods.
24. Description of the basic techniques of reframing.
25. Fundamentals of manipulative technology. /

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. Areas of application of the psychotherapeutic approach in the psychology of commerce in foreign markets.
2. Psychotherapeutic effect of a businessman.
3. The psychology of communication in commerce: features in foreign markets - a psychotherapeutic approach.
4. The communicative side of communication, taking into account the specifics of foreign consumers.
5. Verbal adjustment to the interlocutor.
6. Eye contact.
7. Special communication technique: pseudo-communication, or active listening.
8. The interactive component of communication.
9. The positions of the participants in communication: the model of E. Byrne.
10. The perceptual side of communication.
11. Reflection, identification, empathy.
12. Psychotherapeutic dialogue organization.
13. Dialogue: typology of questions.
14. Speech as a behavioral management tool.
15. Techniques of speech analysis: metamodel.
16. Psychotherapeutic techniques of speech exposure in commerce.
17. Hypnotic direction of the study of the psychology of sales.
18. Techniques for increasing suggestibility used in the psychology of commerce.
19. Milton model: techniques for suggestive organization of speech.
20. Psychological economics.
21. The psychology of sales. The psychological components of sales.
22. Motives of the consumer. Analysis of consumer motives.
23. Motives for purchase. Shopping risks.
24. The psychological characteristics of the domestic consumer.
25. Stages of the transaction.
26. After-sales phase and the creation of a customer database.
27. Objections of the buyer and their processing.
28. Typology of questions and logical levels.
29. Steps for processing an objection.
30. Techniques for handling objections.
31. Model objections.
32. Telephone sales.
33. Presentation psychology.
34. Typology of consumers and buyers.
35. Typology of consumers.
36. Typology of customer behavior.
37. Sustainable psychological types.
38. Stress in the activities of a businessman.
39. Protection against occupational stress, or anti-stress self-regulation.
40. Self-regulation of the psychoemotional state of a businessman. /

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 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 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 продажи товаров на зарубежных рынках / Sales Psychology in World Markets»

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	Ответы в письменной	Ответы в письменной	Ответы в

		форме	форме	(по эссе и рефератам)	устной форме
Раздаточный материал	есть	Справочная литература-	Справочная литература-	Справочная литература	Справочная литература

1. An example of a test task

Do you think that facial expressions and gestures are:

- a) a spontaneous expression of a person's state of mind at a given moment;
- b) an addition to his words;
- c) an involuntary manifestation of your subconscious mind (what you would like not to show to others).

2. An example of an independent assignment.

- Describe and characterize the Milton Model.
- Make a table "Typology of questions".
- Determine your ability to take risks.
- Describe the measures of psychological protection.
- Make a table "Types of competitors".

3. An example of a test.

- The psychology of communication in commerce in transactions involving the purchase and sale of goods and services.
- Make a table "Communication structure and environment".
- Identify your type of nervous system. Give a characterization.
- The task. One of your regular wholesale customers refuses to cooperate. When discussing the reasons for the refusal, it turns out that the reason was the incorrect behavior of the manager of your company in charge of this client. What to do? /

1. Пример тестового задания

Вы считаете, что мимика и жесты – это:

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

№/ №/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.	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 потребителей.	3
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 – продавец (можно двое)	4

		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.	
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 потребителей . Индивидуальное домашнее задание: определить свой психологический тип	3
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

Обучение по дисциплине 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 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 зачета.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для 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»

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 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»

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