

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 «ПСИХОЛОГИЯ КОММЕРЦИИ»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: ст. преподаватель Пантелеева О.Л.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 «Торговое дело», профиль «Международная коммерция»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в части способности к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПКр ОС-2); осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами (ПКс ОС-5)

План курса:

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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Текущий контроль осуществляется посредством учета результатов выполнения индивидуальных и тестовых заданий, участия в ролевых играх и диспутах по проблемным вопросам курса, результатов контроля самостоятельной работы студентов.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме устного зачета.

Компоненты компетенции отражают формирование:

на уровне знаний:

- знание психологических особенностей деловых партнеров при ведении переговоров и деловой переписки и заключении договоров с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок; при ведении переговоров по осуществляемым закупочным процедурам и при консультировании.

на уровне умений:

- 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, а также при осуществлении закупочных сделок и консультировании

на уровне навыков:

- 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, а также при осуществлении закупочных процедур и консультировании по. Вопросам профессиональной деятельности

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>)