

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 «Психология продажи товаров на зарубежных рынках»

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. 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.

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 зарубежных деловых партнеров при ведении переговоров и деловой переписки и заключении договоров с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок, при осуществлении закупочных процедур и при консультировании в профессиональной сфере.

на уровне умений:

- умение 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, осуществлении закупочных процедур и при консультировании в профессиональной сфере.

на уровне навыков:

- владение 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, учитывать их психологические особенности при ведении переговоров и деловой переписки и заключении договоров с логистическими компаниями и брокерами по условиям работы и оптимизации поставок.

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»