

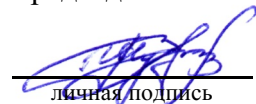
Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 01.03.2022 22:29:03
Уникальный программный ключ:
672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79
Рассмотрено и одобрено на заседании
учебно-методического совета

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

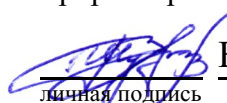
Протокол № 10 от 21.06.2021

Председатель совета



В.В. Шутенко

инициалы, фамилия



В.В. Шутенко

личная подпись инициалы, фамилия

« 21 » июня 2021 г.

Демидова Светлана Сергеевна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Психология продаж

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): **38.03.02 Менеджмент**
(код, наименование без кавычек)

ОПОП: **Управление человеческими ресурсами**
(наименование)

Форма освоения ОПОП: **очная, очно-заочная, заочная**
(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: **4** (з.е.)

Всего учебных часов: **144** (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Экзамен	7	10	10

Москва 2021 г.

Год начала подготовки студентов - 2020

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Получение студентами углубленных знаний, умений и навыков в области психологии продаж в соответствии с современными научными представлениями. Приобретение таких знаний составляет важное условие для квалифицированного решения специалистом-психологом широкого спектра задач, связанных с оценкой, анализом и прогнозированием в сфере продаж.
Задачи дисциплины	Рассмотреть предметное поле психологии продаж; Представить теоретические модели психологии продаж; Проанализировать систему категорий и понятий, описывающих социально – психологические закономерности процесса продаж; Изучить прикладные аспекты психологии продаж.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Психология Рекламный менеджмент
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Корпоративная социальная ответственность Организация коммерческой деятельности

3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.
Степень сформированности компетенций**

Компетенции/ ЗУВ	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания	ФОС
ОК3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности			
Знать	предметное поле и основные принципы психологии продаж; подходы к пониманию покупательского поведения; социально – психологическую природу и специфику процесса продаж	"зачтено" -знает основные понятия и их взаимосвязь; предметное поле и основные принципы психологии продаж; подходы к пониманию покупательского поведения; социально – психологическую природу и специфику процесса продаж. "не зачтено" - не знает основные понятия и их взаимосвязь; предметное поле и основные принципы психологии продаж; подходы к пониманию покупательского поведения; социально – психологическую природу и специфику процесса продаж.	Тест

Уметь	свободно и адекватно использовать специальные термины; выявлять основные тенденции социально-психологического восприятия макроэкономических процессов; анализировать особенности покупательского поведения индивидов и социальных групп.	"зачтено" - умеет свободно и адекватно использовать специальные термины; выявлять основные тенденции социально-психологического восприятия макроэкономических процессов; анализировать особенности покупательского поведения индивидов и социальных групп. "не зачтено" - не умеет свободно и адекватно использовать специальные термины; выявлять основные тенденции социально-психологического восприятия макроэкономических процессов; анализировать особенности покупательского поведения индивидов и социальных групп.	Деловая игра
Владеть	методами преодоления конфликтных ситуаций; навыками ведения делового общения.	"зачтено" - владеет методами преодоления конфликтных ситуаций; навыками ведения делового общения. "не зачтено" - не владеет методами преодоления конфликтных ситуаций; навыками ведения делового общения.	Презентация
ПК9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли			
Знать	как анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спросна основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	"зачтено" - знает как анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли . "не зачтено" - не знает как анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли .	Тест

Уметь	оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски	"зачтено" - умеет оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски. "не зачтено" - не умеет оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски.	Деловая игра
Владеть	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски.	"зачтено" - владеет способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски. "не зачтено" - не владеет способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски.	Выполнение реферата

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Формируемые компетенции
1.	Ведение в психологию продаж	Понятие и виды продаж. Общая характеристика процесса продажи. Коммуникативный аспект продаж.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать
2.	Этапы продаж	Продажа как система. Пять этапов продажи. Поиск клиентов. Установление контакта.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать

3.	Психологические техники персональных и прямых продаж	Методы «преодоления секретаря». Психологические аспекты клиенториентированной продажи. Схема AIDA. Приёмы привлечения внимания и создания первоначального интереса. Принципы эмпатического взаимодействия с клиентом.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать
4.	Выявление потребностей клиента	Потребности, мотивы, интересы клиентов. Методы выявления потребностей. Опросы.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать
5.	Работа с возражениями клиента	Виды возражений. Классификация возражений. Методы «преодоления» возражений.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать
6.	Методы завершения сделки	Трудности, возникающие при завершении сделки. Альтернативные приемы завершения сделки.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать ОК3 Владеть ПК9 Уметь ПК9 Владеть
7.	Телефонные продажи	Особенности продажи по телефону. Специфика вербальной и невербальной коммуникации в телефонных продажах.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать
8.	Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж	Управление продажами. Управление покупательской активностью. Методы стимулирования торгового персонала. Материальная и нематериальная мотивация торгового персонала.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать
9.	Стрессоустойчивость как профессионально-важное качество специалиста сферы продаж	Стресс и стрессоустойчивость: соотношение понятий. Факторы риска возникновения синдрома эмоционального выгорания у специалистов сферы продаж. Методы развития стрессоустойчивости. Методы профилактики эмоционального выгорания.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать
10.	Потребительское поведение	Особенности психологии спроса. Факторы, влияющие на потребительский выбор. Гендерные различия в поведении потребителей.	9.1.1, 9.1.2, 9.2.1, 9.1.3, 9.2.2, 9.1.4	ОК3 Знать ПК9 Знать ПК9 Владеть ПК9 Уметь

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

		Аудиторные учебные занятия	
	Контактная		Самостоятельная

№	работа			занятия лекционного типа			лабораторные работы			практические занятия			работа		
	очная	очно- заочная	заочная	очная	очно- заочная	заочная	очная	очно- заочная	заочная	очная	очно- заочная	заочная	очная	очно- заочная	заочная
1.	4	4	2.5	2	2	2	0	0	0	2	2	0.5	2	2	2
2.	6	4	2.5	2	2	2	0	0	0	4	2	0.5	4	4	6
3.	6	6	2.5	2	2	2	0	0	0	4	4	0.5	4	6	6
4.	6	6	2.5	2	2	2	0	0	0	4	4	0.5	4	8	10
5.	6	4	1	2	2	0	0	0	0	4	2	1	4	8	10
6.	6	4	1	2	2	0	0	0	0	4	2	1	4	8	10
7.	6	4	1	2	2	0	0	0	0	4	2	1	8	8	14
8.	6	4	1	2	2	0	0	0	0	4	2	1	8	8	12
9.	6	2	1	2	0	0	0	0	0	4	2	1	8	8	12
10.	2	2	1	0	0	0	0	0	0	2	2	1	8	8	10
	Промежуточная аттестация														
	4	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	32	32	32
Итого	58	44	20	18	16	8	0	0	0	36	24	8	86	100	124

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется

преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «Знать» компетенции ОКЗ

Вопрос №1 .

Элементы понятия “качество жизни”

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. потребление материальных благ
2. продуктов питания
3. качество жилищных условий и занятости
4. развитие сферы услуг образования, культуры социального обеспечения
5. удовлетворенность человека работой и жизненными условиями

Вопрос №2 .

Социальный инвестиционный проект, который может быть применим для господдержки культуры и искусства

Варианты ответов:

1. развитие культурного образования детей и юношества
2. обеспечение занятости инвалидов
3. создание новых рабочих мест в социальной сфере и малом бизнесе
4. повышения квалификации

5. повышение квалификации медиков через возрождение курсов

Вопрос №3 .

Вид общения, в основе которого лежат противоречия, это

Варианты ответов:

1. Конфликт
2. Диспут
3. Разногласия
4. Не совместимость

Вопрос №4 .

Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:

Варианты ответов:

1. Общение с клиентом
2. Продажи
3. Аналитика

Вопрос №5 .

При подготовке к продажам используется:

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. Клиентская база данных
2. Данные дебиторской задолженности
3. Холодный обзвон
4. Все перечисленное

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Деловая игра для формирования «Уметь» компетенции ОКЗ

Деловая игра «Менялы»

Студенты разделяются на тройки – двое игроков и один наблюдатель. Каждому даются карточки с названиями 4-5 предметов – как правило, весьма обычных, старых или даже сломанных (например, брезентовый тент для моторной лодки, проколотое автомобильное колесо, чугунный утюг и т.п.). Им перелagается представить данный предмет в наилучшем свете, называя варианты его использования, преимущества и наиболее выгодным образом выменять у партнера на него как можно больше других предметов. Напарник так же может «торговаться» и разъяснять преимущества своего предмета, стараясь выменять у партнера побольше вещей.

Игра заканчивается по истечению некоторого обозначенного времени (15 минут). Наблюдатель следить за игрой, может фиксировать аргументы и затем дает участникам обратную связь о том, насколько хорошо они «торговались», какие у каждого из них сильные и слабые стороны. Затем роли меняются – один из игроков становится наблюдателем, а наблюдатель уходит в «менялы».

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы, отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы, низкий уровень познавательной активности, затруднения в построении самостоятельных высказываний, в соотнесении теоретических положений с практикой; обучающийся практически не принимал участия в деловой игре
Удовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки обоснования путей решения проблемы без достаточного привлечения дополнительных источников, затруднения в логическом обосновании своих суждений при решении проблемы и оперировании специальными понятиями и терминами, в соотнесении теоретических положений с практикой, пассивное участие в деловой игре
Хорошо	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно обосновывать свои суждения при решении проблемы, но с незначительными неточностями или ошибками в излагаемом содержании; умение соотносить теоретические положения с практикой
Отлично	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно, используя специальные термины и понятия, обосновывать свои суждения при решении проблемы, умение соотносить теоретические положения с практикой; активное участие в деловой игре

Презентация для формирования «Владеть» компетенции ОКЗ

1. Модели покупательского поведения.
2. Предпосылки ориентации фирмы на потребителя.
3. Понятия деятельности, интересов и мнений потребителя, образа жизни и психологии.
4. Процесс эволюции потребителей.
5. Методы измерения степени удовлетворения потребителя
6. «Прямое» и «обратное» мышление менеджеров компаний.
7. Методы оценки принадлежности потребителя к определенному социальному классу.
8. Избирательное воздействие, избирательное понимание, избирательное запоминание.
9. Процесс принятия решения потребителем в случае первой покупки и повторных покупок.
10. Влияние возраста и этапа жизненного цикла семьи на потребительское поведение.
11. Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке
12. Принципы повышения эффективности продаж. Этапы взаимодействия с покупателями в процессе личной продажи.
13. Категории покупателей по степени приверженности бренду. Влияние отношения к бренду на поведение потребителя
14. Принципы и правила профессионального поведения продавца. Инструменты воздействия на покупателей.
15. Правила общения с покупателями по телефону.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	В презентации не раскрыто содержание представляемой темы; имеются фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Не представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Удовлетворительно	Презентация включает менее 8 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, нечетко определена структура презентации, имеются содержательные, орфографические и стилистические ошибки (более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Хорошо	Презентация включает менее 12 слайдов основной части. В презентации не полностью раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, имеются незначительные содержательные, орфографические и стилистические ошибки (не более трех), представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении
Отлично	Презентация включает не менее 12 слайдов основной части. В презентации полностью и глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении

Тест для формирования «Знать» компетенции ПК9

Вопрос №1 .

К основным видам управления относятся, такие виды, как:

Варианты ответов:

1. Рефлексивное и управление по отклонениям
2. Системное и административное
3. Открытое и автономное управление

Вопрос №2 .

В основе процессуальных теорий мотивации лежит....

Варианты ответов:

1. анализ рационального поведения сотрудников
2. анализ когнитивных моделей мотивации трудовой деятельности
3. размер заработной платы
4. анализ ведущих потребностей подчиненных

Вопрос №3 .

Общение – это

Варианты ответов:

1. форма взаимодействия человека с другими людьми
2. способ решения специфических задач
3. способ координации информации
4. способ выражения своего отношения

Вопрос №4 .

Ситуационная теория лидерства основана на

Варианты ответов:

1. выявлении взаимоотношений между лидером и группой
2. взаимодействии стиля лидерства и благоприятности ситуации
3. выявлении ведущих личностных характеристик
4. определении ведущих потребностей работника

Вопрос №5 .

Понятие “управление” включает целенаправленное взаимодействие

Варианты ответов:

1. субъекта и объекта управления
2. руководителей управления
3. объекта и предмета управления
4. субъекта и методов управления

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Деловая игра для формирования «Уметь» компетенции ПК9

Деловая игра №1 "Сделка"

Данная игра позволит оценить умение менеджера по продажам оценить умение выявлять потребность клиента и способность находить решение сложных задач. Лучше проводить ее в парах, если нужно, то игроков можно поменять их ролями. Главное условие этой игры – участники не должны видеть задания друг друга. Задание для активного игрока (оцениваемого): вы менеджер по продажам компании, которая осуществляет торговлю мини-электростанциями.

У вас заключена сделка с компанией, которая стоит коттеджные городки под ключ. Практически через день-два они должны получить партию заказанных электростанций, но клиент потребовал встречу, чтобы изменить условия поставки. Перед вами стоит задание договориться с клиентом о взаимовыгодных условиях, сохранить возможность долгосрочного сотрудничества и избежать повторение похожих ситуации в будущем. Для пассивного кандидата (клиента) дается следующее условие: вы руководитель компании, которая строит и продает коттеджи под ключ.

При заключении сделки на поставку мини-электростанций вы ошиблись в мощности этого оборудования. Сейчас вы это уже поняли и вам нужно получить электростанции нужной мощности, перезаключив договор. На встрече, вы озвучиваете, что у вас есть еще один поставщик, готовый выполнить все ваши условия. Очень важный элемент успешности оценивая в этой игре – менеджер по продажам не должен знать, что именно оценивают, результаты будут более объективными.

Деловая игра № 2 "Конкурент"

Очень хорошие результаты дает эта деловая игра – как второй этап собеседования. Обязательно во время интервью нужно озвучить, что будет второй этап собеседования – деловая игра, поскольку компании нужны только самых сильных продавцов. Поскольку возможно, что будут взяты несколько кандидатов, то готовиться к игре можно вместе, ведь в будущем велика вероятность того, что кандидаты станут коллегами, если вы собираетесь принять несколько человек.

Например, компания, которая занимается продажей страхования можно дать следующие условия игры: вы менеджер по продажам компании «Страховой адвокат», у вас назначена встреча с руководителем компании «Иванов и партнеры» - крупной сетью автосалонов. Компания уже сотрудничает с вашим

конкурентом, уровень цен у вас приблизительно одинаковый. Ваша цель договориться с этой компанией о партнерстве на максимально выгодных для вас условиях. Как вариант, при индивидуальном собеседовании можно отправить тестовое задание заранее.

Во первых –это сразу отсеет слабых кандидатов, которые просто не придут, а во вторых –даст возможность достойным кандидатам лучше подготовиться. После того, как вы ознакомили участников с условием игры, даете им 10 минут на подготовку и затем просто выполняете свою роль клиента. Важно, чтобы вы отыгрывали роль клиента без чрезмерных усилий, рационально вели диалог от лица клиента. В данной игре также важно фиксировать слабые и сильные стороны кандидатов, это поможет вам более легко договориться о финансовых условиях сотрудничества.

Не менее важен и заключительный этап –попросить продавцов оценить то, как они провели проведение переговоров. Это даст возможность вам понять –умеет ли кандидат понимать свои ошибки, насколько он готов к обучению. Как свидетельствует практика, адекватные продавцы оценивают свои умения на 3-8 баллов из 10. Можно спросить, что необходимо было сделать, чтобы продажа прошла лучше? Обычно кандидаты не видят своих ошибок, но вы можете дать им обратную связь и проговорить ошибки –это работает как коучинговый элемент и поможет наладить коммуникативный контакт с ним.

Деловая игра № 3 «Фабрика подарков»

Все участники игры – сотрудники одного предприятия – «Фабрики подарков». Участники делятся на группы – подразделения предприятия: закуп, продажи, реклама, производство, финансовый отдел и т.п. Каждый отдел выбирает руководителя. Руководители представляют собой «совет директоров».

Команде выдается определенная сумма денег. Каждый отдел получает инструкции со своими заданиями и условиями.

Задача всей команды – заработать как можно больше денег. При этом, необходимо покупать материалы для производства и выплачивать людям заработную плату.

Внешними условиями задаются предпочтения потребителей, мода, вкусы, изменение рынка, сезонность и т.п.

Игра имеет несколько чередующихся раундов:

1. Работа в команде, разработка и производство подарков.
2. Продажа.

Этап продажи представляет собой презентацию товаров и получение от ведущего определенной суммы денег.

Деловая игра направлена на понимание деятельности производственного предприятия, зависимостей движения денежных средств, выработку эффективного взаимодействия между подразделениями, поиск вариантов сотрудничества, удовлетворяющий условиям всех сторон.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы, отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы, низкий уровень познавательной активности, затруднения в построении самостоятельных высказываний, в соотнесении теоретических положений с практикой; обучающийся практически не принимал участия в деловой игре
Удовлетворительно	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки обоснования путей решения проблемы без достаточного привлечения дополнительных источников, затруднения в логическом обосновании своих суждений при решении проблемы и оперировании специальными понятиями и терминами, в соотнесении теоретических положений с практикой, пассивное участие в деловой игре

Хорошо	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно обосновывать свои суждения при решении проблемы, но с незначительными неточностями или ошибками в излагаемом содержании; умение соотносить теоретические положения с практикой
Отлично	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы, навыки формирования источниковой базы для обоснования путей решения проблемы, умение анализировать и обобщать материал, привлеченный для решения задания деловой игры, умение логично и самостоятельно, используя специальные термины и понятия, обосновывать свои суждения при решении проблемы, умение соотносить теоретические положения с практикой; активное участие в деловой игре

Выполнение реферата для формирования «Владеть» компетенции ПК9

1. Основные стратегии поведения в переговорах.
2. Применение стратегии для выработки «открытой» модели поведения.
3. Особенности средств психологической защиты в конфликте.
4. Характеристики созидательной критики.
5. Цикл обратной связи.
6. Основное понятие коммуникаций.
7. Технологии урегулирования конфликтов.
8. Определение понятия – управление коммуникациями.
9. Этапы ведения переговоров.
10. Способы коммуникаций.
11. Основные характеристики деловой коммуникации.
12. Роль деловых коммуникаций в жизни человека.
13. Коммуникация: определение и структура.
14. Функции и виды коммуникаций.
15. Особенности деловой коммуникации
16. Установление моральных санкций и поощрений.
17. Развитие у работников инициативы и ответственности.
18. Установление социальных норм поведения.
19. Создание нормального психологического климата.
20. Формирование коллективов, групп.
21. Удовлетворение культурных и духовных потребностей.
22. Социальная и моральная мотивация и стимулирование.
23. Участие работников в управлении.
24. Создание творческой атмосферы.
25. Социально-психологическое планирование.
26. Социально-психологический анализ.
27. Индивид и группа: проблемы взаимодействия.

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате
Удовлетворительно	Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа
Хорошо	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области
Отлично	Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Ведение в психологию продаж

1. Психология торговли как научно-практическая дисциплина. Предмет изучения, задачи, особенности.
2. Процесс продажи, условия и закономерности. Необходимость изучения и подготовки условий.

Тема 2. Этапы продаж

3. Основные этапы процесса продажи: специфика поведения продавца и покупателя на каждом этапе.
4. Основные типы поведения продавца, их преимущества и недостатки.
5. Потребности и мотивы обращения покупателя.

Тема 3. Психологические техники персональных и прямых продаж

6. Назовите известные вам стили продаж. В чем особенность каждого из них?
7. Как стиль продаж связан с корпоративной культурой?
8. Какие качества необходимы менеджеру для успешного ведения продаж?
9. Как можно развить в себе эти качества?

Тема 4. Выявление потребностей клиента

10. Что такое коммуникативная компетентность? Какими параметрами она определяется?
11. Какие вам известны способы завязать, поддержать беседу и выйти из нежелательного общения?
12. Какие существуют методы повышения коммуникативной успешности менеджера?

Тема 5. Работа с возражениями клиента

13. Специфика обслуживания разных типов клиентов.
14. Какие есть психологические типы клиентов/покупателей?
15. Как правильно разговаривать с недовольным клиентом? Что делать в случае, если клиент торопиться?
16. Как работать со сложными вопросами и возражениями?

Тема 6. Методы завершения сделки

17. Принцип долгосрочных взаимоотношений с клиентом, как основа современной системы обслуживания: психологические аспекты.

18. Соотношение ожиданий и реального поведения продавца и клиента в процессе продажи.
 19. Проблемы несовпадения ожиданий и установок клиента и продавца, возможные причины, проявления, методы коррекции.

Тема 7. Телефонные продажи

20. В чем отличие телефонных переговоров от личных?
 21. Что обязательно нужно учитывать при телефонных переговорах?
 22. Каковы цели первого телефонного звонка в личных продажах?

Тема 8. Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж

23. Какие типы мотивации можно увидеть у потенциального клиента?
 24. Как обеспечить переход от категориальной определенности к покупке?
 25. Какие вам известны методы работы с возражениями?
 26. В чем особенности партнерских сделок?
 27. Каково их отличие от розничной торговли и личных продаж?

Тема 9. Стрессоустойчивость как профессионально-важное качество специалиста сферы продаж

28. Какие существуют методы повышения коммуникативной успешности менеджера?
 29. Методы профилактики эмоционального выгорания.
 30. Какие методы стрессоустойчивости знаете?

Тема 10. Потребительское поведение

31. Благодаря чему возникает спрос?
 32. Как психологически воспринимаются цены на товары?
 33. Какие существуют приемы преподнесения цены на товар как наиболее выгодной?

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное программно-информационное обеспечение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение) 4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа) 3. http://www.indepsocres.spb.ru 4. www.fom.ru 5. www.wciom.ru
Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>

8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
9.1 Основная литература								
9.1.1	Захарова Л.Н.	Психология управления	Логос	2012	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/9105.html	по логину и паролю
9.1.2	Шуванов В.И.	Социальная психология управления	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/71245.html	по логину и паролю

9.1.3	Бакирова Г.Х.	Психология эффективного стратегического управления персоналом	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/81838.html	по логину и паролю
9.1.4	Истратова О.Н. Эксакусто Т.В.	Психология эффективного общения и группового взаимодействия	Издательство Южного федерального университета	2018	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/87753.html	по логину и паролю
9.2 Дополнительная литература								
9.2.1	Смольникова Л.В.	Психология	Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники	2016	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/72361.html	по логину и паролю
9.2.2	Горчева А.Ю. Гринберг Т.Э. Красавченко И.А. Кузьменкова М.А. Муронец О.В. Пискунова М.И. Пронина Е.Е. Старых Н.В. Ткаченко В.А. Шомова С.А. Эркенова Ф.С.	Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии	Аспект Пресс	2018	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/80707.html	по логину и паролю

9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;

педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;

печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.