

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Обнинский институт атомной энергетики –

филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования

«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

Одобрено на заседании
Учёного совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ
Протокол №23.4 от 24.04.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ

название дисциплины

для студентов направления подготовки

38.03.02 Менеджмент

Образовательная программа

«Цифровой маркетинг и цифровая логистика»

Форма обучения: очно-заочная

г. Обнинск 2023 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Психология продаж» заключается в формировании общекультурных и профессиональных компетенций будущих специалистов в области психологии продаж для квалифицированного решения широкого спектра задач, связанных с оценкой, анализом и прогнозированием в сфере коммерческой деятельности.

Задачи изучения дисциплины заключаются в том, чтобы научить студента:

- выявлять структуру, виды, особенности психологии продаж в системе товарного обмена;

- использовать на практике специфические конструктивные психологические технологии взаимодействия продавцов и покупателей и оказывать влияние на эффективность торгового предприятия;

- анализировать, синтезировать, подбирать и применять инструменты взаимодействия с покупателями в процессе товарного обмена;

- изменять технологии продаж в зависимости от факторов внешней и внутренней среды;

- оценивать экономическое содержание, особенности торговли как формы товарного обмена и хозяйственной деятельности в рыночных условиях;

- повышать эффективность продаж на основе психологических и этических технологий поведения продавцов и покупателей;

- осуществлять проактивные действия по профилактике деструктивных психологических конфликтов в процессе взаимодействия и общения продавцов и покупателей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (далее – ОП) БАКАЛАВРИАТА

Учебная дисциплина относится к профессиональному модулю 04-Блок 1. Программа рассчитана на подготовку обучающихся в системе ступенчатого образования, носит комплексный характер и предполагает изучение дисциплины «Психология продаж» совместно с такими учебными дисциплинами, как «Мерчендайзинг», «SMM-маркетинг», «Психология менеджмента».

Курс «Психология продаж» во взаимодействии с другими дисциплинами призван обеспечить подготовку будущих экономистов, отвечающих как современным квалификационным требованиям, так и требованиям интеллектуальной, общекультурной и гуманитарной подготовки.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенций	Результаты освоения ООП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	<p>З-ОПК-3 Знать: основные методики разработки и принятия управленческих решений</p> <p>У-ОПК-3 Уметь: выбирать методы и средства разработки и принятия коллективных и индивидуальных организационно-управленческих решений, с учетом ответственности за предложенное решение с позиции его социальной и экономической значимости</p> <p>В-ОПК-3 Владеть: оценкой ожидаемых социально-экономических эффектов от принятия управленческих решений</p>

4. ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСЦИПЛИНЫ

Направления / цели воспитания	Задачи воспитания (код)	Воспитательный потенциал дисциплин
Профессиональное воспитание	формирование научного мировоззрения, культуры поиска нестандартных научно-технических решений, критического отношения к исследованиям лженаучного толка (В-19)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация научно-практических конференций, круглых столов, встреч с выдающимися учеными и ведущими представителями отраслей. 2. Участие в студенческих олимпиадах и студенческих конкурсах («Открытые международные студенческие Интернет олимпиады», Всероссийская студенческая олимпиада и др.), конкурсах профессионального мастерства, в том числе по стандартам WorldSkills, студенческих научных обществах и объединениях, а также летних школах Atomcamp и пр. 3. Участие в подготовке публикаций в отечественных и международных журналах

Организация интерактивных мероприятий и реализация специализированных заданий с воспитательным и социальным акцентом:

1. Организация научно-практических конференций, круглых столов, встреч с выдающимися учеными и ведущими специалистами отраслей.
2. Организация и проведение предметных олимпиад и конкурсов профессионального мастерства.
3. Участие в ежегодных акциях студенческих строительных отрядов «Снежный десант»
4. Организация дополнительного профессионального обучения бойцов студенческих строительных ИАТЭ НИЯУ МИФИ.
5. Организация и проведение школ командного состава и школ молодого бойца студенческих отрядов ИАТЭ НИЯУ МИФИ.
6. Организация и проведение тематических встреч с ветеранами атомной отрасли
7. Организация работы студенческого медицинского отряда «Пульсар»
8. Организация участия студентов ИАТЭ НИЯУ МИФИ в «Губернаторских группах» (Молодежная команда Губернатора Калужской области).
9. Участие студентов ИАТЭ НИЯУ МИФИ в составе Молодежного правительства Калужской области.

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Вид работы	Форма обучения:
	очная
	Семестр: 8
Количество часов на вид работы:	
Контактная работа обучающихся с преподавателем	
Аудиторные занятия (всего)	108
В том числе:	
<i>лекции</i>	4
<i>практические занятия</i>	6
Промежуточная аттестация	
В том числе:	
<i>зачет</i>	-
<i>экзамен</i>	36
Самостоятельная работа обучающихся	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	62
Всего (часы):	108
Всего (зачетные единицы):	3

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

6.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Виды учебной работы в часах				
		Очная форма обучения				
		Лек	Пр	Лаб	Внеауд	СРО
1	Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»	0.25	0.25	-	-	2
2	Экономическое содержание психологии продаж	0.25	2	-	-	4
3	Субъекты товарного обмена	0.25	0.25	-	-	2
4	Психологические особенности продавцов	0.25	1	-	-	2
5	Психологические особенности потребителей	0.25	0.25	-	-	2
6	Взаимодействие продавцов и покупателей	0.25	0.25	-	-	2
7	Коммуникации продавцов и покупателей	1.5	1			2
8	Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей	1	0.5			4
9	Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей	1	0.5			4
	Всего:	4	6	-	-	62

Прим.: Лек – лекции, Пр – практические занятия / семинары, Лаб – лабораторные занятия, Внеауд – внеаудиторная работа, СРО – самостоятельная работа обучающихся

6.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Лекционный курс

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
I		
1	Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»	История изучения поведения потребителя. Понятие коммерческих коммуникаций. Процесс коммуникации, его этапы и сложности. Факторы, влияющие на процесс коммуникации и учет факторов в профессиональной деятельности. Приемы определения потенциальных покупателей. Критерии отбора покупателей. Особенности коммуникации с лицами, принимающими решения о покупке или влияющими на их принятие, с сотрудниками – «фильтрами». Нейролингвистическое программирование: сущность, возможность использования в коммерческих коммуникациях, этические границы применения
2	Экономическое содержание психологии продаж	Сущность, значение и структура мотивации торгового персонала. Поведенческие концепции в мотивации. Ролевая теория. Выбор эффективного набора мотивационных инструментов. Материальное вознаграждение. Нематериальное вознаграждение. Собрания торговых представителей. Проблемы и изменения в мотивации сбытового персонала. Мотивация и результаты.
3	Субъекты товарного обмена	Теория социального обмена Дж. Хоманса. Принципы «оперантного» поведения, сформулированные американским психологом Б. Скиннером. Постулаты теории обмена: постулат стимула, постулат успеха: постулат ценности, постулат депривации, постулат распределительной справедливости.
4	Психологические особенности продавцов	Компетенции продавцов: внимание к покупателю, инициативность, работа в команде – стремление эффективно работать в коллективе, помогая и коллег, стремление к успеху. Коммуникативные навыки продавца: эффективность взаимодействия, умение слушать (межличностное понимание), гибкость в общении, решение конфликтов при взаимодействии с клиентами.
5	Психологические особенности потребителей	1. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей: культура как фактор потребительского поведения, влияние социальной роли и статуса на поведение потребителей, влияние семьи и домашнего хозяйства на поведение потребителя, влияние референтных групп на поведение потребителя 2. Внутренние факторы, оказывающие влияние на поведение потребителя: обработка информации и

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
		восприятие, мотивация, личность и эмоции, личностные ценности и жизненный стиль 3. Процесс принятия решения потребителем: осознание потребности и информационный поиск, оценка вариантов перед покупкой и выбор альтернативы, покупка, потребление, удовлетворение, освобождение, оценка покупки 4. Типы и модели поведения потребителей: типы покупательского поведения, модель поведения потребителей, привлечение и удержание потребителей, привлечение потребителей, определение издержек от потери потребителей
6	Взаимодействие продавцов и покупателей	Взаимодействие с клиентами: основные способы и правила. Основные стандарты взаимодействия с клиентом.
7	Коммуникации продавцов и покупателей	Причины возникновения возражений в процессе продажи. Виды сопротивлений клиента. Техники различения ложного и истинного возражения. Основные методы работы с возражениями. Правила восприятия возражений клиентов. Алгоритм обработки возражений клиента. Работа с окончательным отказом. Отношение к отказу. Возможности повторных попыток и признание выбора клиента.
8	Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей	Психологические особенности диалогической пары «продавец - покупатель». Психологические условия эффективного взаимодействия в диалогической паре «продавец-покупатель». Личностные качества продавца, способствующие эффективному взаимодействию с покупателем. Техника повышения эффективности общения в диалогической паре «продавец - покупатель»
9	Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей	Эффект заражения. Как вести переговоры с трудным покупателем и бороться с заразительным характером плохого настроения

Практические/семинарские занятия

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1. Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»		
1.1	Психология продаж и процесс продажи как коммуникация.	1. Сущность и этапы процесса продаж. 2. Понятие коммерческих коммуникаций. 3. Факторы, влияющие на процесс коммуникации и учет факторов в профессиональной деятельности. 4. Приемы определения потенциальных покупателей. 5. Лица, принимающие решения и системы работы с ними.

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
2. Экономическое содержание психологии продаж		
2.1.	Мотивация и стимулирование сотрудников отдела продаж.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность, значение и структура мотивации торгового персонала. 2. Выбор эффективного набора мотивационных инструментов. 3. Разработка системы оплаты труда торгового персонала. Установление уровня оплаты труда. 4. Дополнительные расходы сбытового персонала. 5. Методы управления расходами.
3. Субъекты товарного обмена		
3.1.	Ведение переговоров в процессе продажи. Переговорные стратегии.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие переговоров. Классификация переговоров. 2. Матрица результатов переговорного процесса. 3. Переговоры как поэтапный процесс. Этапы переговоров. 4. Модели переговоров Э. Дугласа, Ф. Гулливера, Г. Кеннеди. 5. Правила подготовки к переговорам. 6. Роль личности в переговорах. Личностные стили переговорщиков. Тактические приемы переговоров.
4. Психологические особенности продавцов		
4.1.	Мастерство суперпродажи	Основные приёмы тайной манипуляции. Использование рефрейминга в работе с клиентом
5. Психологические особенности потребителей		
5.1.	Психология взаимоотношений покупателей и потребителей	Позиции продавца и потребителя в актах купли-продажи (онлайн и офлайн)
6. Взаимодействие продавцов и покупателей		
6.1.	Обслуживание покупателей в торговом зале	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проектирование процесса обслуживания покупателей 2. Модели обслуживания покупателей
7. Коммуникации продавцов и покупателей		
7.1.	Работа с возражениями.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Причины возникновения возражений в процессе продажи. 2. Основные методы работы с возражениями. 3. Правила восприятия возражений клиентов. 4. Алгоритм обработки возражений клиента. 5. Работа с окончательным отказом.
8. Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей		
8.1.	Начальник отдела продаж: цели деятельности, функции, особенности карьерного роста.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Свойства и навыки руководителей. 2. Инструменты и технологии, применяемые для успешного руководства. 3. Должностные обязанности начальника отдела продаж. 4. Возможности карьерного роста в продажах. 5. Взаимодействие между начальником отдела продаж и коммерческим директором компании.

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
9. Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей		
9.1.	Деструктивность в общении продавцов и покупателей	Как вести переговоры с трудным покупателем и бороться с заразительным характером плохого настроения

Лабораторные занятия не предусмотрены

7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Психология продаж» разработаны методические рекомендации по освоению дисциплины «Психология продаж» утвержденные отделением социально-экономических наук, протокол заседания ОСЭН №2-8/2021 от 28.08.2021

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1. Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
Текущая аттестация, 8 семестр			
1	Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
2	Экономическое содержание психологии продаж	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
3	Субъекты товарного обмена	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
4	Психологические особенности продавцов	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
			Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
5	Психологические особенности потребителей	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
6	Взаимодействие продавцов и покупателей	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
7	Коммуникации продавцов и покупателей	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
8	Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
9	Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Обсуждение дискуссионных вопросов Тест Презентация по выбранному вопросу Доклад с презентацией
Промежуточная аттестация, 8 семестр			
	Экзамен	ОПК-3, В-19 (знать, уметь, владеть)	Вопросы к экзамену

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущей и промежуточной аттестации по дисциплине.

Оценочные средства приведены в Приложении «Фонд оценочных средств».

8.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Рейтинговая оценка знаний является интегральным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине и складывается из оценок, полученных в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины.

Текущий контроль осуществляется два раза в семестр: контрольная точка № 1 (КТ № 1) и контрольная точка № 2 (КТ № 2).

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации подводятся по шкале балльно-рейтинговой системы.

Этап рейтинговой системы / Оценочное средство	Балл	
	Минимум*	Максимум
Текущая аттестация	36	60
Контрольная точка № 1	18	30
Обсуждение дискуссионных вопросов	3	5
Тест	3	5
Презентация по выбранному вопросу	9	15
Тест	3	5
Контрольная точка № 2	18	30
<i>Обсуждение дискуссионных вопросов</i>	3	5
<i>Тест</i>	3	5
<i>Презентация по назначенному вопросу</i>	3	5
<i>Тест</i>	9	15
Промежуточная аттестация	24	40
Экзамен		
<i>Тесты</i>	14,4	24
<i>Доклад с презентацией</i>	9,6	16
ИТОГО по дисциплине	60	100

* Минимальное количество баллов за оценочное средство – это количество баллов, набранное обучающимся, при котором оценочное средство засчитывается, в противном случае обучающийся должен ликвидировать появившуюся академическую задолженность по текущей или промежуточной аттестации. Минимальное количество баллов за текущую аттестацию, в

т.ч. отдельное оценочное средство в ее составе, и промежуточную аттестацию составляет 60% от соответствующих максимальных баллов.

Студент считается аттестованным по разделу, зачету или экзамену, если он набрал не менее 60% от максимального балла, предусмотренного рабочей программой.

Студент может быть аттестован по дисциплине, если он аттестован по каждому разделу, зачету/экзамену и его суммарный балл составляет не менее 60.

8.4. Шкала оценки образовательных достижений

Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет сумму баллов, заработанных обучающимся при выполнении заданий в рамках текущей и промежуточной аттестации

<i>Сумма баллов</i>	<i>Оценка по 4-х балльной шкале</i>	<i>Оценка ECTS</i>	<i>Требования к уровню освоения учебной дисциплины</i>
90-100	5- «отлично»/ «зачтено»	A	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы
85-89	4 - «хорошо»/ «зачтено»	B	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос
75-84		C	
70--74		D	
65-69	3 - «удовлетворительно»/ «зачтено»	E	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала
60-64		F	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут
0-59	2 - «неудовлетворительно»/ «не зачтено»	F	

			продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине
--	--	--	--

9. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности: учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново: ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154536>

2. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476773>

3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468786>

10. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ - СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»), НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Психология продаж: 25 эффективных методов влияния на покупателя <https://sales-generator.ru/blog/psikhologiya-prodazh/>

2 Торговый эксперт <https://economics-2005.ruprom.net/p16090-zhurnal-torgovyjeksper.html>

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания к занятиям лекционного типа

Лекция является ведущей формой учебных занятий, основой теоретического обучения по учебным дисциплинам. В ходе лекции главная роль принадлежит преподавателю. Он излагает учебный материал по той или иной теме в виде определенной системы, выделяя ее главные, опорные сюжеты. Преподаватель разъясняет наиболее сложные, прежде всего дискуссионные проблемы учебной программы, анализирует новейшие достижения изучаемой науки, определяет основные ориентиры для самостоятельной работы во внеаудиторное время. Все это объясняет, почему студенту важно вести в ходе этого учебного занятия конспект лекции, то есть краткую запись содержания речи преподавателя. Студентам целесообразно придерживаться следующих правил:

- Накануне лекции повторить учебный материал предыдущего занятия. Возвращение к пройденному позволяет подготовиться к ответу на вопросы, которые, как правило, преподаватель задает аудитории, прежде чем перейти к новой теме. Повторение является также формой подготовки к восприятию нового учебного материала, учитывая взаимосвязь всех тем учебных дисциплин.

- В ходе лекции название темы, учебных вопросов лекции лучше всего записывать на новой странице тетради, чтобы впоследствии не тратить время на поиск ее конспекта. Во вводной части занятия преподаватель, как правило, описывает новую литературу по теме лекции. Эту информацию также желательно зафиксировать в конспекте, что поможет при подготовке к практическому занятию.

- В ходе учебного занятия очень важно стремиться вести конспект осмысленно, своими словами, а не механически, пытаясь дословно записать содержание речи лектора. Главное на лекции – осмыслить, о чем идет речь, логику изложения учебного материала. В ходе лекции нередко возникает необходимость уточнить какой-то вопрос. Обыкновенно лекторы стремятся оставить время для ответа на вопросы в конце лекции, что они могут специально оговорить в ходе первой встречи. Однако современная методика чтения лекций не отрицает и даже предполагает появление ситуаций, когда такие вопросы необходимы и ожидаются лектором на протяжении всего занятия. Найти разумную линию поведения студенту поможет интуиция и внимательное отношение к тому, что говорит педагог, определяя общие принципы сотрудничества в ходе учебного процесса.

- Конспект лекции лучше всего вести в форме тезисов, то есть краткого изложения прозвучавших на лекции идей, подкрепленных фактами. Возможна и дословная запись, если на то есть прямые и косвенные: интонацией, замедлением темпа речи – рекомендации преподавателя.

- Каждую новую мысль, новый фрагмент лекции лучше всего начинать с красной строки. Заголовки и подзаголовки, важнейшие положения, на которые обращает внимание преподаватель, а также определения принято выделять буквами большего размера, другими чернилами или подчеркивать. Встречающиеся в лекции перечисления желательно нумеровать цифрами: 1, 2, 3..., или буквами: а, б, в... . Перечисления лучше всего записывать столбцом. Такая запись придает конспекту большую наглядность и способствует лучшему запоминанию учебного материала.

- Запись лекции целесообразно вести на одной странице листа, но лучше, оставляя на ней чистые поля до одной трети ее площади. Поля предназначены для выписок из книг, журналов, энциклопедий, собственных оценок, названия рекомендованных к просмотру кинофильмов, записи новой информации, услышанной в ходе практических занятий и др. Так, на полях часто записывают важные дефиниции (истолкование понятия), уточняют суть ключевых событий описывают детали биографии выдающихся деятелей данной дисциплины. Как правило, отработанный таким образом конспект может стать хорошим подсобным материалом для выступления на практическом занятии. Он существенно экономит время при подготовке к контрольному итоговому занятию.

- Для ведения конспекта важно выработать понятную систему сокращений и условных обозначений. Например, подводя итог сказанному, преподаватель часто употребляет понятие "таким образом", что можно зафиксировать сокращением "т.о."

- Лекцию следует дорабатывать во время самостоятельной работы в тот же день, в крайнем случае, не позднее 2–3 дней после ее прослушивания. Это важно

потому, что еще не забыт учебный материал лекции, студент находится под определенным впечатлением прослушанной лекции, продолжает размышлять и искать ответы на появившиеся в ходе лекции вопросы, ориентируясь на сохраняющиеся в памяти советы преподавателя, как это лучше сделать.

11.2. Методические указания к занятиям семинарского типа

Практические занятия проводятся по наиболее сложным вопросам учебной программы с целью углубить, систематизировать и закрепить у студентов знания той или иной темы дисциплины, а также на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы. Трудно переоценить их роль в формировании и совершенствовании у студентов навыков и умений поиска, обобщения и изложения учебного материала, участия в дискуссиях по проблемам исторического процесса.

Практические занятия являются важным этапом контроля усвоения знаний студентов. Его результаты учитываются на итоговом контрольном занятии. Важно также подчеркнуть, что практические занятия являются важнейшим инструментом формирования профессиональных компетенций, связанных с коммуникативными и другими навыками и умениями.

В отличие от лекции, на практическом занятии главным действующим лицом – студент. Роль преподавателя, помимо оценки знаний студентов, заключается в том, что он организует обсуждение учебных вопросов, оказывает помощь в трудных познавательных ситуациях, подводит итоги обсуждения проблем практического занятия. Основными элементами практического занятия, как правило, являются доклад и выступления.

Доклад обычно открывает обсуждение учебных вопросов. Доклад – это публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему. Его содержание излагается 20–25 минут. Доклад посвящен широкому кругу вопросов и носит концептуальный, творческий характер. Он задает общий тон и направление дискуссии на практическом занятии. Приветствуется подготовка схем, иллюстрирующих те или иные положения доклада. Эти схемы могут быть выполнены как мелом на доске, так и с использованием различных технических средств в виде электронных презентаций, либо на листе ватмана и т. п. Доклад готовится в письменной форме и преимущественно зачитывается перед аудиторией, что не отрицает возможность свободного изложения его положений. Желательно наблюдать за реакцией аудитории, использовать те или иные приемы ораторского искусства, чтобы не утратить с ней связь.

Рекомендации по подготовке докладов.

Типичная ошибка докладчиков заключается в том, что они излагают свой труд языком книг и журналов, который трудно воспринимается на слух. Устная и письменная речь строятся по-разному. Наиболее удобная для слухового восприятия фраза содержит 5–9 смысловых единиц, произносимых на одном вздохе. Это соответствует объему оперативной памяти человека. В первые 5 секунд доклада слова, произнесенные студентом, удерживаются в памяти его аудитории как звучание. Целесообразно поэтому за 5 секунд сформировать

завершенную фразу. Это обеспечивает ее осмысление слушателями до поступления нового объема информации.

Другая ошибка докладчиков заключается в том, что им не удается выдержать время, отведенное на выступление. Чтобы избежать этой ошибки, необходимо накануне практического занятия прочитать доклад, выяснив, сколько времени потребуется на его чтение. Надо иметь в виду, что в аудитории времени на доклад уйдет больше, чем в ходе тренировки, поскольку придется говорить громче, растягивая слова. Рукописная страница текста, которая содержит примерно 30 строк и 60 знаков в строке, читается ориентировочно за 2,5 минуты. Нетрудно подсчитать, сколько времени потребуется на доклад в целом. Для удобства желательно прямо на страницах доклада провести расчет времени, отмечая, сколько его уйдет на чтение 2, 4 страниц и т. д.

Традиционной ошибкой докладчиков является пренебрежительное отношение к оформлению текста выступления. Расплата приходит в виде непредвиденных пауз в ходе выступления, вызванных попыткой расшифровать неразборчиво выполненную запись, найти очередной смысловой блок доклада, если есть необходимость сократить время выступления. Поэтому завершение работы над докладом предполагает выделение в его тексте главных мыслей, аргументов, фактов с помощью абзацев, подчеркиванием, использованием различных знаков, чтобы смысловые образы доклада приобрели и зрительную наглядность, облегчающую работу с текстом в ходе выступления.

Доклад занимает особое место на практическом занятии, формирует и тренирует специфические умения и навыки обучаемых. Поэтому старосты групп лично отвечают за наличие докладчиков, принимают необходимые меры к тому, чтобы учесть возможные форсмажорные обстоятельства, из-за которых доклад может быть не подготовлен.

Выступление является главной формой работы студентов на практическом занятии. В ходе выступления может излагаться как весь вопрос в целом, так и часть вопроса, что позволяет детализировать понимание более сложных проблем. Как правило, на выступление отводится 10–12 минут. Затянутые выступления лишают дискуссию жизненных сил, так как приглушают реактивный компонент общения, который является эмоциональным стимулятором интеллектуальной активности человека, поэтому злоупотреблять временем не следует.

Достоинством выступающего является стремление к лаконичности, четкости, но не в ущерб аргументированности и содержательности выступления. Выступление необходимо стремиться строить в свободной форме, опираясь на план или тезисы, изложенные на отдельных листках или листе бумаги, как правило, половинного или четверного формата от стандартного размера 210x297. Вполне допускается зачитывать важную цитату по книге, если она достаточно объемная.

Поведение в ходе дискуссии. В ходе практического занятия приветствуются вопросы к докладчику и выступающим, короткие дополнения, уточнения, исправления ошибок, прозвучавших в выступлениях других студентов. Слушая доклад, выступления на практическом занятии или реплики в ходе дискуссии, важно научиться уважать мнение собеседника, не перебивать его, давая возможность полностью высказать свою точку зрения. Не исключено, что тогда и

вопрос к выступающему отпадет сам собой. Спорные оценки и факты лучше записывать, чтобы при необходимости дословно процитировать, когда представится возможность прокомментировать прозвучавшее выступление.

На практическом занятии недопустимо проявлять нервозность, грубость, навешивать обидные ярлыки на тех студентов, с мнением которых трудно и даже нельзя согласиться. В ходе изучения учебной дисциплины возможно, что некоторые практические занятия будут проводиться в отличной от традиционной форме ролевых игр, которые заметно повышают требования к качеству самостоятельного труда и работе студентов как накануне, так и в ходе практического занятия. Для успеха занятий, проводимых в такой форме, важно внимательно следовать дополнительным рекомендациям и установкам преподавателя, быть готовым проявить инициативу и творческий подход.

11.3. Методические указания по организации самостоятельной работы

Аудиторная самостоятельная работа проводится под контролем преподавателя, у которого в ходе выполнения задания можно получить консультацию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Во время самостоятельной работы студенты выполняют задания по темам дисциплины, систематизируя и закрепляя полученные теоретические знания и практические умения.

Предусмотрены следующие виды самостоятельных работ: подготовка к докладу, подготовка к практической работе (чтение литературы по теме). Наиболее целесообразная стратегия самостоятельной подготовки студента к докладу заключается в том, чтобы на первом этапе в общем плане усвоить содержание предмета предстоящей дискуссии по всем вопросам практического занятия, обращая внимания на узловые проблемы, выделенные преподавателем в ходе лекции либо консультации к практическому занятию. Для этого необходимо как минимум прочитать конспект лекции и учебник либо учебное пособие.

Следующий этап подготовки заключается в выборе вопроса или группы вопросов, содержащихся в плане практического занятия, для более глубокого и основательного изучения с использованием дополнительной литературы: документов, справочников, монографий, научных журналов, прессы, Интернета и др. По этому вопросу студент станет главным специалистом на практическом занятии. Ценность выступления на практическом занятии значительно возрастет, если в ходе работы над литературой студенты попытаются найти различия во взглядах тех или иных авторов и дать им собственную оценку. Как правило, существование разных точек зрения на проблемы темы практического занятия выясняется при ознакомлении с широким кругом источников и литературы либо с рецензиями на книги или статьи. Выписки альтернативных взглядов на проблему целесообразно делать вместе с аргументацией их авторов. Делая выписки из книг, важно приучить себя указывать полные выходные данные источника информации, то есть осуществлять подробное библиографическое описание книги.

Таковы требования культуры интеллектуального труда. Они защищают права авторов книг на интеллектуальную собственность, дают возможность определить авторитетность источника информации. С этой методической рекомендацией связано и такое важное направление формирования профессионализма в области гуманитарных и социально-экономических дисциплин, как воспитание бережного отношения к фактам. Чем большим количеством фактов по проблеме выступления Вы овладеете, тем больше вероятность, что Ваше выступление будет самым ярким и запоминающимся, но при условии, что его будет отличать логичность, критический подход к усвоенной информации.

После изучения и обобщения информации, которую содержат источники и литература, составляется развернутый или краткий план выступления. Составляя план, следует мобилизовать знания по данному вопросу, приобретенные из самых различных источников: книг, со слов лектора, своего опыта, других учебных дисциплин и др. Так, на занятиях по истории зачастую удачными бывают выступления, основанные на воспоминаниях родственников – участников важных событий жизни нашей страны. Много интересной информации можно почерпнуть из текущей прессы, Интернета.

Окончательный вариант плана выступления в идеале желательно иметь не только на бумаге, но и в голове, чтобы излагать на занятии подготовленный вопрос в свободной форме, наизусть. Это поможет лучшему закреплению учебного материала, станет хорошей тренировкой уверенности в своих силах. Готовясь к выступлению, принципиально важно, по возможности, увязать его с проблемами будущей профессиональной деятельности, в частности, в области экономики.

12. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

Использование информационных технологий при осуществлении образовательного процесса по дисциплине осуществляется в соответствии с утвержденным Положением об Электронной информационно-образовательной среде ИАТЭ НИЯУ МИФИ.

Электронная система управления обучением (LMS) используется для реализации образовательных программ при очном, дистанционном и смешанном режиме обучения. Система реализует следующие основные функции:

- 1) Создание и управление классами,
- 2) Создание курсов,
- 3) Организация записи учащихся на курс,
- 4) Предоставление доступа к учебным материалам для учащихся,
- 5) Публикация заданий для учеников,
- 6) Оценка заданий учащихся, проведение тестов и отслеживание прогресса

обучения,

7) Организация взаимодействия участников образовательного процесса.

Система интегрируется с дополнительными сервисами, обеспечивающими возможность использования таких функций как рабочий календарь, видео связь, многопользовательское редактирование документов, создание форм опросников, интерактивная доска для рисования. Авторизация пользователей в системе осуществляется посредством корпоративных аккаунтов, привязанных к домену oiate.ru.

12.1. Перечень информационных технологий

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- } проведение занятий с использованием слайд-презентаций;
- } использование табличного редактора Microsoft Excel;

12.2. Перечень программного обеспечения

	Название программного обеспечения	Тип лицензии	Примечание / ссылка
1	Microsoft Office 2010 Professional Plus	Для образовательных учреждений	Договор №1322эа от 27.10.2020г.
2	7-Zip	Свободно распространяемое ПО	https://7zip-download.ru/
3	Adobe Reader	Свободно распространяемое ПО	https://get.adobe.com/ru/reader/
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО	https://www.google.com/intl/ru_ru/chrome/
5	Project Expert 7 Tutorial Сетевая версия на 10 рабочих мест	Для образовательных учреждений	Сублицензионный договор № 0487 от 04.12.2020 с ООО «Легасофт»

12.3. Перечень информационных справочных систем

Доступ к электронным библиотечным ресурсам и электронной библиотечной системе (ЭБС) осуществляется посредством специальных разделов на официальном сайте ИАТЭ НИЯУ МИФИ. Обеспечен доступ к электронным каталогам библиотеки ИАТЭ НИЯУ МИФИ, а также электронным образовательным ресурсам (ЭИОС), сформированным на основании прямых договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы, методических пособий:

1. Информационные ресурсы Сети Консультант Плюс, www.consultant.ru (информация нормативно-правового характера на основе современных компьютерных и телекоммуникационных технологий);

2. Электронно-библиотечная система НИЯУ МИФИ, http://libcatalog.mephi.ru/cgi/irbis64r/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=BOOK&Z21ID=&P21DBN=BOOK;

3. ЭБС «Издательства Лань», <https://e.lanbook.com/>; Договор № 08-22-910 от 16.08.2022. на оказание услуг по предоставлению доступа к базе данных ЭБС «Издательства Лань». Срок действия: с 01.09.2022 по 31.08.2023

4. Базы данных «Электронно-библиотечная система elibrary» (ЭБС elibrary); Договор № SU-353/2023 от 17.11.2022 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным версиям периодических научных изданий, включенных в состав базы данных «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU». Срок действия: с 01.01.2023 до 31.12.2023.

5. Электронно-библиотечная система «Айбукс.ру/ibooks.ru», <http://ibooks.ru/home.php?routine=bookshelf>. Договор № 11-22-910 от 22.08.2022 с ООО «Айбукс» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной систем «Айбукс.ру/ibooks.ru» на период с 01.09.2022 по 31.08.2023

6. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ», <http://urait.ru/>; Договор № 10-22-910 от 16.08.2022 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе «ЭБС ЮРАЙТ». Срок действия: с 01.09.2022 по 31.08.2023

7. ЭБС «Консультант студента», <https://www.studentlibrary.ru/>; Договор № 07-22-910 от 17.08.2022 на оказание услуг по предоставлению доступа к комплектам «Медицина, Здравоохранение», «Книги издательства «Феникс», «Издательский дом МЭИ», «Книги издательства «Проспект»: «Иностранные языки», «Естественные науки», «Экономика и управление», «Гуманитарные науки», «Юридические науки», входящим в базу данных «Электронная библиотека технического вуза» (ЭБС «Консультант студента»). Срок действия: 01.09.2022 по 31.08.2023.

13. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, ЭБС. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектованы специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, ноутбук).

Учебные аудитории для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, ноутбук), служащей для представления учебной информации.

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет».

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
1	Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
2	Экономическое содержание психологии продаж	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
3	Субъекты товарного обмена	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
4	Психологические особенности продавцов	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
5	Психологические особенности потребителей	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
6	Взаимодействие продавцов и покупателей	лекции с использованием слайд-презентаций,	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов,

		дискуссия, ответы на вопросы	презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
7	Коммуникации продавцов и покупателей	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
8	Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)
9	Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей	лекции с использованием слайд-презентаций, дискуссия, ответы на вопросы	пакет прикладных программ Microsoft Office комплект электронных презентаций/слайдов, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук)

14. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

14.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид занятий (лекция, семинары, практические занятия)	Наименование активных и интерактивных форм проведения занятий
1	Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями
2	Экономическое содержание психологии продаж	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями
3	Субъекты товарного обмена	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями
4	Психологические особенности продавцов	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями
5	Психологические особенности потребителей	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями
6	Взаимодействие	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут,

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид занятий (лекция, семинары, практические занятия)	Наименование активных и интерактивных форм проведения занятий
	продавцов и покупателей	ческие занятия	тесты, доклады с презентациями
7	Коммуникации продавцов и покупателей	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями
8	Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями
9	Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей	Лекция/практические занятия	лекция-беседа, диспут, тесты, доклады с презентациями

14.2. Формы организации самостоятельной работы обучающихся (темы, выносимые для самостоятельного изучения; вопросы для самоконтроля; типовые задания для самопроверки)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопрос	Количество ак. ч.	Форма проверки
1	Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»	вопросы № 1-5 типовых вопросов к экзамену	2	устный опрос, тесты
2	Экономическое содержание психологии продаж	вопросы № 6-10 типовых вопросов к экзамену	4	устный опрос, тесты
3	Субъекты товарного обмена	вопросы № 11-13 типовых вопросов к экзамену	2	устный опрос, тесты
4	Психологические особенности продавцов	вопросы № 14-15 типовых вопросов к экзамену	2	устный опрос, тесты
5	Психологические особенности потребителей	вопросы № 16-24 типовых вопросов к экзамену	2	устный опрос, тесты

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопрос	Количество ак. ч.	Форма проверки
6	Взаимодействие продавцов и покупателей	вопросы № 25-26 типовых вопросов к экзамену	2	устный опрос, тесты
7	Коммуникации продавцов и покупателей	вопросы № 27-29 типовых вопросов к экзамену	2	устный опрос, тесты
8	Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей	вопросы № 30-35 типовых вопросов к экзамену	4	устный опрос, тесты
9	Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей	вопросы № 36-40 типовых вопросов к экзамену	4	устный опрос, тесты

15. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014г. №АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации обучающихся с ОВЗ с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий.

Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.)

С учетом состояния здоровья просмотр кинофильма с последующим анализом может быть проведен дома (например, при необходимости дополнительной звукоусиливающей аппаратуры (наушники)). В таком случае студент предоставляет письменный анализ, соответствующий предъявляемым требованиям.

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации (например, с использованием программ-синтезаторов речи), а так же использование на лекциях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь.

Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания). При необходимости анализа фильма может быть заменен описанием ситуации межэтнического взаимодействия (на основе опыта респондента, художественной литературы и т.д.), позволяющим оценить степень сформированности навыков владения методами анализа и выявления специфики функционирования и развития психики, позволяющими учитывать влияние этнических факторов. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции.

При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание.

Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.)

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура зачета может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype).

Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры зачета. В таком случае зачет сдается в виде собеседования по вопросам (см. формы проведения промежуточной аттестации для лиц с нарушениями зрения). Вопрос и практическое задание выбираются самим преподавателем.

Примечание: Фонды оценочных средств, включающие типовые задания и методы оценки, критерии оценивания, позволяющие оценить результаты освоения данной дисциплины, входят в состав РПД на правах отдельного документа.

16. Краткий терминологический словарь

Внимание – стадия обработки информации (рекламы, сообщения), где используются когнитивные (умственные) возможности потребителя.

Вовлеченность – движущая сила личности, направленная на привлечение потребителя к обработке информации (рекламного сообщения), связанной с товаром.

Возрастная категория - подход в рыночной сегментации, где потребителей разделяют по возрасту, например, на детей, подростков, взрослых и людей пожилого возраста.

Возражение – выражение несогласия клиентом с элементом предложения. Клиент может выразить свое несогласие как в явной, так и в скрытой, завуалированной форме.

Имидж – эмоционально окрашенный образ чего-либо, кого-либо. Он формируется и закрепляется в массовом сознании, приобретая характер стереотипа.

Поведение потребителя - это деятельность, направленная непосредственно на получение, потребление и распоряжение продуктами и услугами, включая

процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними.

Потребление - процесс приобретения, освоения, использования людьми (потребителями) разнообразных материальных и духовных благ, необходимых им для жизни.

Продажа - процесс распределения произведенных жизненных благ между потребителями, осуществляемый продавцами через механизм товарно-денежного обмена

Психология бизнеса – это междисциплинарная отрасль психологической науки и практики, которая изучает бизнес как многоплановое явление и направлена на повышение эффективности бизнес-деятельности, оптимизацию взаимодействия субъектов бизнеса как между собой, так и со всеми заинтересованными сторонами, включая общество в целом.

Психология продаж - отрасль психологии, изучающая внешние и внутренние факторы, влияющие на покупателя в процессе продажи товаров и услуг, а также закономерности поведения покупателя и методы воздействия на него.

Потребность – проблема, требующая решения.

Развитие потребности – процесс усиления значимости потребностей клиента, которые продавцу интересно удовлетворить (есть уникальность решения), но которые клиент не считает для себя значимыми. Клиент признает наличие подобных потребностей, однако не готов платить за их решение значимых денежных сумм.

Развитие отношений – этап стратегии построения отношений с клиентами, на котором клиент приобретает сопутствующие товары и услуги (например, докупает системы мониторинга, приобретает услуги планового ремонта оборудования и т.д.), а также совершает повторные покупки.

Сомнение – неуверенность, колебание в том, следует ли принимать в качестве истинного или правильного какое-то утверждение или систему утверждений. Сомнение (сомнение) - это состояние, вызванное раздвоением единого. Иными словами, если у клиента возникает как минимум два одинаковых по силе мнения (мнение плюс сомнение) на один и тот же предмет, возникает состояние неустойчивости (сомнения), которое, если пустить на самотек, способно разрушить всю ранее проделанную работу по подготовке к сделке.

Стратегия – видение комплекса мероприятий, направленного на успех «в целом». Менеджер должен уметь строить стратегию развития отношений с клиентом, то есть создавать комплекс мероприятий, обеспечивающий успешную продажу решения компании данному клиенту и успешную защиту от посягательства конкурентов.

Ценность – осознание клиентом выгоды за вычетом затрат, то есть «субъективная прибыль» или осознание прибыли, которую контрагент получает от сделки.

Программу составила:

О.В.Ощёхина, кандидат педагогических наук, доцент, декан ФПК, начальник Центра дополнительного профессионального обучения

Рецензенты:

И.И. Фришман, директор НПЦ МСДО СПО - ФДО, д.п.н., профессор

О.А.Попова, к.ф.н., доцент, руководитель ИОПП ИАТЭ НИЯУ МИФИ

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

<p>Рабочая программа рассмотрена на заседании отделения социально-экономических наук (О) и одобрена на заседании Ученого совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ (Протокол № 23.4 от 24.04.2023)</p>	<p>Руководитель образовательной программы «Цифровой маркетинг и цифровая логистика» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» _____ А.А. Кузнецова</p> <p>24 апреля 2023 г.</p> <p>Начальник отделения социально-экономических наук (О) _____ А.А. Кузнецова</p> <p>24 апреля 2023 г.</p>
--	--