

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра социальной психологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.8.2 Психология продаж»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

37.03.01 Психология

(код и наименование направления подготовки)

Социальная психология

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2018

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра социальной психологии

наименование кафедры

протокол № 7 от "22" 02 2018.

Заведующий кафедрой

Кафедра социальной психологии

наименование кафедры

подпись

А.И. Вишняков

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры социальной психологии

должность

подпись

О.С. Карымова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

37.03.01 Психология

код наименование

личная подпись

Л.В. Зубова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Карымова О.С., 2018

© ОГУ, 2018

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины заключаются в формировании представления о сфере проблем в психологии продаж, о сферах применения полученных знаний, о современном состоянии этой области знаний и перспективах ее развития.

Задачи:

1. Раскрыть теоретико-методологические и этические принципы деятельности психолога в процессе продаж;
2. Сформировать представление о месте и роли психологии в процессе продаж. Студент должен знать объект, предмет и основные подходы к ним, понятийный аппарат и фактологический материал дисциплины, методологические принципы и базовые теории.
3. Обеспечить формирование системы базовых знаний об особенностях процесса продаж.
4. Обеспечить формирование системы навыков и умений организовывать эффективные продажи с использованием психологических техник.
5. Познакомить со спецификой продаж психологических услуг.
6. Способствовать формированию у студентов основ профессионального мышления и этики поведения психолога в сфере продаж.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.19 Социальная психология, Б.1.Б.32 Психология семьи, Б.1.В.ОД.4 Социальная психология конфликта, Б.1.В.ОД.5 Психология тренинговой работы*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: особенности проведения психологического исследования, обследования, основные этапы процедуры проведения исследования Уметь: ставить цель и задачи исследования, проводить исследование, составлять отчетную документацию, делать выводы в соответствии с целями и задачами Владеть: навыками проведения исследования, составления отчетной документации.	ПК-6 способностью к постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	40,25	40,25
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	24	24
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю)	103,75	103,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	диф. зач.	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в психологию продаж	12	2	-		10
2	Этапы продаж: характеристика, содержание.	20	2	6		12
3	Личность продавца: индивидуально – психологические характеристики	18	2	4		12
4	Личность покупателя: индивидуально – психологические характеристики	18	2	4		12
5	Маркетинг. Телемаркетинг. Сетевой маркетинг	16	2	2		12
6	Психологические приемы в мерчандайзинге	16	2	2		12
7	Стресс в работе продавца	16	2	2		12
8	Техника НЛП в продажах	16	2	2		12
9	Психолог и продажи	12	-	2		10
	Итого:	144	16	24		104
	Всего:	144	16	24		104

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Введение в психологию продаж Введение в психологию продаж: понятие продажи, место психолога в процессе продажи

Раздел 2 Этапы продаж: характеристика, содержание Этапы продаж: общая характеристика, содержание, правила прохождения по этапам. Первый этап продаж – установление контакта: формирование первого впечатления, компоненты первого впечатления. Вербальный канал. Визуальный канал. Звуковой канал.

Второй этап – выяснение потребностей и возможностей клиента. Виды вопросов: открытые, закрытые, «хвостатые». Техники задавать вопросы. Активное слушание и его приемы.

Третий этап – презентация коммерческого предложения. Торговая презентация как элемент продвижения товара. Способы воздействия на покупателя. Техники презентации.

Четвертый этап – работа с возражениями. Возражения: понятие и виды. Техники работы с возражением. Типы возражений. Техники работы с возражениями о цене.

Пятый этап – завершение продажи. Методы завершения продажи при положительном и отрицательном ответе

Раздел 3 Личность продавца: индивидуально – психологические характеристики
Личность продавца: индивидуально – психологические характеристики. Типы продавцов. «Словарь» языка тела: взгляд, поза, мимика. Имидж: одежда, макияж, выбор аксессуаров.

Раздел 4 Личность покупателя: индивидуально – психологические характеристики
Личность покупателя: индивидуально – психологические характеристики. Типы покупателей. «Игры» покупателей. Репрезентативные системы личности.

Раздел 6 Маркетинг. Телемаркетинг. Сетевой маркетинг Маркетинг. Телемаркетинг. Сетевой маркетинг. Понятие, особенности работы. Способы продвижения товара. Позиции продукта на рынке. Реклама. Стимулирование сбыта. Особенности продаж по телефону, телевизору, через каталог. Правила разговора по телефону с клиентом.

Психологические приемы в мерчандайзинге Психологические приемы в мерчандайзинге. Понятие мерчандайзинга, применение. Выкладка товара, расположение секций с учетом особенностей покупателя. Правила мерчандайзинга.

Раздел 7 Стресс в работе продавца Стресс в работе продавца. Понятие стресса. Виды и особенности. Физиологические предпосылки. Методы профилактики стресса.

Раздел 8 Техника НЛП в продажах Техника НЛП в продажах. Понятие НЛП. Коммуникация. Раппорт. Якорение. Подстройки к покупателю.

Раздел 10 Психолог и продажи Психолог и продажи. Психолог как организатор «чужих» продаж. Психолог как продавец психологических услуг. Презентация собственной деятельности: флеш-карта и ее составление. Макро-дизайн, микро-дизайн собственной, психологической услуги

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	Составление вопросов для выяснения потребностей клиента.	2
2	2	Работа с возражением	2
3	2	выяснение потребностей клиента, работа с «разными» клиентами. Репрезентативные системы.	2
4-5	3	Контрольная закупка: критерии оценивания продавца и его работы	4
6-7	4	Личность покупателя: индивидуально – психологические ха-рактеристики	4
8	5	Маркетинг. Телемаркетинг. Сетевой маркетинг	2
9	6	Мерчандайзинг различных товаров: составление карты магазина	2
10	7	Отрабатывание техник профилактики стресса.	2
11	8	Отрабатывание приемов активного слуша-ния. Раппорт. Отзеркаливание.	2
12	9	Составление макро-дизайна, микро-дизайна для тренинга продаж.	2
		Итого:	24

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Мальцева Т. В., Профессиональное психологическое консультирование: учебное пособие/ Т. В.Мальцева, И. Е. Реуцкая/ М.: Юнити-Дана, 2015. – 144с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117055&sr=1>
2. Болотова А. К., Мартынова А. В. Прикладная психология в бизнес-организациях: Методы фасилитации: учебное пособие М.: Высшая школа экономики, 2013. - 320с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227274&sr=1

5.2 Дополнительная литература

1. Психология управления: Курс лекций / Л.К. Аверченко, Г.М. Залесов, Р.И. Мокшанцев и др.. - Новосибирск : Сибирское соглашение,; М. : ИНФРА-М, 2002. - 150 с.
2. Андреева, Г. М. Социальная психология [Текст] : учеб. для вузов / Г. М. Андреева. - М. : Аспект Пресс, 2001. - 378 с.
3. Карпов, А. В. Психология менеджмента [Текст] : учеб. пособие для вузов / А. В. Карпов. - М. : Гардарики, 2000. - 584 с.
4. Шпалинский, В. В. Психология менеджмента [Текст] : учеб. пособие / В. В. Шпалинский. - М. : Изд-во УРАО, 2000. - 184 с.

5.3 Периодические издания

1. Вопросы психологии : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
2. Психологический журнал : журнал. - М. : Академиздатцентр "Наука" РАН, 2018.

5.4 Интернет-ресурсы

<http://www.zipsites.ru/> - Психологическая электронная библиотека. Более 3200 электронных книг по психологии: диссертации, авторефераты, периодические издания, психологическая литература, психологические тесты, словари.

<http://www.psy.msu.ru/> -Сборник психологической литературы в интернете, рекомендованный факультетом психологии МГУ им. М.Ломоносова

<http://flogiston.ru/> -Психологическая библиотека в интернете, содержащая тексты классиков, монографии, книги по психологии

<http://www.jourclub.ru/> - Каталог статей и учебных пособий "JourClub", предназначенных для помощи студентам самых разных учебных заведений.

<http://www.portalus.ru/> - Крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)
3. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - <http://aist.osu.ru>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (проектор, экран, ноутбук).

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.