Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра социальной психологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.3.2 Психология продаж»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
37.03.01 Психология
(код и наименование направления подготовки)

Социальная психология
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.Э.3.2 Психология продаж*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра социальной психологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "14" 02 2023 г.

и.о заведующего кафедрой социальной психологии _____ Н.И.Кобзева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:

_____ _____ О.С Карымова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____ _____ _____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
37.03.01 Психология _____ Л.В. Зубова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ Н.Н.Бигалиева
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Е.Ф.Томина
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Карымова О.С., 2023
© ОГУ, 2023

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 Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.20 Основы социальной психологии, Б1.Д.В.3 Социальная психология конфликта, Б1.Д.В.4 Психология тренинговой работы*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-2 Способен к отбору постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности	ПК*-2-В-1 Способен использовать приемы постановки профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности	**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

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		проведения исследования, составления отчетной документации

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	9 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**96,25**	**96,25**
Лекции (Л)	48	48
Практические занятия (ПЗ)	48	48
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 и т.п.)*	**47,75**	**47,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**диф. зач.**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в психологию продаж	12	4	4		4
2	Этапы продаж: характеристика, содержание.	18	6	6		6
3	Личность продавца: индивидуально – психологические характеристики	18	6	6		6
4	Личность покупателя: индивидуально – психологические характеристики	18	6	6		6
5	Маркетинг. Телемаркетинг. Сетевой маркетинг	12	4	4		4
6	Психологические приемы в мерчандайзинге	12	4	4		4
7	Стресс в работе продавца	18	6	6		6
8	Техника НЛП в продажах	18	6	6		6
9	Психолог и продажи	18	6	6		6
	Итого:	144	48	48		48
	Всего:	144	48	48		48

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 5 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.

Раздел 6 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 9 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	2	Составление вопросов для выяснения потребностей клиента.	4
3-5	2	Работа с возражением	6
6-8	3	Контрольная закупка: критерии оценивания продавца и его работы	6
9-11	4	Личность покупателя: индивидуально – психологические ха-рактеристики	6
12-13	5	Маркетинг. Телемаркетинг. Сетевой маркетинг	4
14-15	6	Мерчандайзинг различных товаров: составление карты магазина	4

16-18	7	Отрабатывание техник профилактики стресса.	6
19-21	8	Отрабатывание приемов активного слушания. Раппорт. Отзеркаливание.	6
22-24	9	Составление макро-дизайна, микро-дизайна для тренинга продаж.	6
		Итого:	48

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Дымова, С. С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С. С. Дымова, В. С. Матюшкин, В. Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919

2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499

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", 2023.
2. Психологический журнал : журнал. - М. : Академиздатцентр "Наука" РАН, 2023.

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://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.

https://www.coursera.org/learn/psikhologiya-soznaniya «Coursera»; Каталог курсов. «Психология сознания (Psychology of consciousness)»

Курс имеет вводный характер рассчитан на бакалавров, которые планируют заняться научными исследованиями в области психологии и когнитивной науки.

https://www.udemy.com/lztipuca/?src=sac&kw=%D0%BF%D1%81%D0%B8 Введение в психологию курс. Курс посвящен психологии человека. Лекции по основам психологии.

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

1. Операционная система РЕД ОС.
2. Пакет офисных приложений LibreSOffice.
3. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru.
4. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe.
5. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe.
6. http://edu.garant.ru/garant/study/ – Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей.
7. 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 подключеной к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.