

## ФТД.2 Психология продаж

**Целью** учебной дисциплины «Психология продаж» является формирование 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** 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.

**Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)**

Дисциплина «Психология продаж» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

Дисциплина «Психология продаж» базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплины «Психология менеджмента».

Для успешного освоения дисциплины «Психология продаж» студент должен:

### **1. Знать:**

- этнические, социальные, культурные, конфессиональные различия, влияющие на результаты коммерческой деятельности (ОК – 6);
- методы самоорганизации и самообразования, повышающие эффективность взаимодействия продавцов и покупателей (ОК – 7);
- способы нахождения организационно-управленческих решений и о готовности нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- типологию организационных структур управления, целесообразность их применения в управлении персоналом, проектировании структуры службы персонала в деятельности торговых предприятий разных видов (ОПК-3);
- виды стратегий управления человеческими ресурсами организаций (ОПК-3);

- методы сбора информации, необходимой для организации эффективной торговой деятельности (ОПК-3);
- основные содержательные и процессуальные теории мотивации (ПК-1);
- о способах разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций в торговой организации (ПК-2);
- типологию конфликтов, возникающих в межкультурной среде (ПК-2).

## **2. Уметь:**

- толерантно воспринимать этнические, социальные, культурные, конфессиональные различия при управлении персоналом (ОК-6);
- осуществлять самоорганизацию и самообразование (ОК – 7);
- принимать организационно-управленческие решения, позитивно влияющие на эффективность продаж (ОПК -2);
- проектировать организационные структуры управления торговыми организациями (ОПК-3);
- применять основные содержательные и процессуальные теории мотивации для разработке методов управления мотивацией персонала торговой организации (ПК-1);
- применять основные теории лидерства и власти для решения стратегических и оперативных задач управления персоналом, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (управление конфликтами, стрессами, лидерством, социально-психологическим климатом и т.д.) (ПК-1)
- разрешать конфликтные ситуации при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций в торговых организациях на основе современных технологий управления персоналом (ПК-2).

## **3. Владеть:**

- навыками работы в торговых коллективах при наличии этнических, социальных, культурных, конфессиональных различий в процессе товарного обмена (ОК-6);
- навыками самоорганизации профессиональной деятельности и самообразования как естественных жизненных процессов (ОК - 7);
- способами нахождения организационно-управленческих решений и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК - 2);
- навыками проектирования организационных структур торговых организаций (ОПК-3);
- навыками решения стратегических и оперативных задач управления персоналом торговых организаций (ПК-1);
- умениями и навыками решения стратегических и оперативных управленческих задач, организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, проведения аудита человеческих ресурсов и диагностики организационной культуры (ПК - 1);

- способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК - 2);

### **Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины «Психология продаж» должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК – 3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ОК-6 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК – 7 – способность к самоорганизации и самообразованию;

ОПК – 2 – способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

ОПК – 3 – способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;

ПК – 1 – владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

ПК – 2 - владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде

В результате освоения компетенции **ОК – 3** студент должен:

#### **1. Знать:**

- психологические основы экономических отношений в торговле;
- психологию участников коммерческой деятельности в сфере продаж;

#### **2. Уметь:**

- применять на практике психологические закономерности поведения продавцов и покупателей в процессе товарного обмена;
- целесообразно использовать технологии и методы косвенного управления поведением потребителей;

#### **3. Владеть:**

- навыками прямого и косвенного влияния на эффективность товарного обмена;
- методами управления имиджем и репутацией в процессе товарного обмена и при взаимодействии со стейкхолдерами;

В результате освоения компетенции **ОК – 6** студент должен:

### **1. Знать:**

- психологическую структуру коллектива, осуществляющего торговую коммерческую деятельность,
- перцептивные механизмы толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий в условиях совместной деятельности;

### **2. Уметь:**

- использовать в практической деятельности технологии управления поведением продавцов на основе характеристик доминирующего типа темперамента;
- создавать благоприятные условия для оптимального использования потенциала акцентуированных личностей;

### **3. Владеть:**

- технологиями управления эмоциональными состояниями в процессе профессиональной деятельности продавцов в условиях социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;
- управлять впечатлением в процессе взаимодействия со стейкхолдерами с социальными, этническими, конфессиональными и культурными различиями;

В результате освоения компетенции **ОК – 7** студент должен:

#### **1.Знать:**

- психологические основы самоорганизации торговой деятельности;
- психологические основы самообразования и развития в сфере торговли;

#### **2. Уметь:**

- влиять на установки и динамические стереотипы потребителей,
- управлять их импульсивным и осознанным потребительским поведением на основе непрерывного самообразования и повышения компетентности в сфере продаж;

#### **3. Владеть:**

- навыками инициативного поведения в сфере торговли;
- навыками организации системы непрерывного образования персонала торговой организации;

В результате освоения компетенции **ОПК – 2** студент должен:

#### **1.Знать:**

- психологические основы принятия организационно-управленческих решений;
- психологические основы социально ответственного поведения в бизнесе;

#### **2. Уметь:**

- организовывать поиск организационно-управленческих решений на основе использования эвристических технологий;
- формировать у персонала коммерческой организации готовность нести ответственность за принимаемые решения с позиций их социальной значимости;

#### **3. Владеть:**

- вербальными и невербальными средствами влияния на принятие управленческих решений;
- технологиями транзактного анализа формирования готовности персонала нести ответственность за принимаемые решения с позиций их социальной значимости;

В результате освоения компетенции **ОПК – 3** студент должен:

**1. Знать:**

- психологические основы проектирования организационных структур торговых организаций<sup>4</sup>
- психологические основы разработки стратегий управления человеческими ресурсами организации;

**2. Уметь:**

- планировать коммерческую деятельность в сфере продаж;
- распределять полномочия с учетом личной ответственности за результаты коммерческой деятельности;

**3. Владеть:**

- методами разработки стратегий управления человеческими ресурсами на основе индивидуально-личностных особенностей персонала торговой организации;
- методами делегирования полномочий с учетом психологических особенностей участников коммерческой деятельности

В результате освоения компетенции **ПК – 1** студент должен:

**1. Знать:**

- психологические основы практического использования основных теорий мотивации для решения стратегических и оперативных управленческих задач;
- психологические основы использования власти и влияния для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;

**2. Уметь:**

- проводить аудит человеческих ресурсов на основе психологических особенностей участников коммерческой деятельности;
- осуществлять диагностику психологического климата и организационной культуры коммерческой организации;

**3. Владеть:**

- методами мотивации развития человеческого капитала коммерческой организации;
- методами командообразования на основе психологических закономерностей развития группы и групповой динамики;

В результате освоения компетенции **ПК – 2** студент должен:

**1. Знать:**

- психологические основы проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций в коммерческой организации;
- современные технологии управления персоналом в межкультурной среде;

**2. Уметь:**

- разрешать конфликтные ситуации на основе использования психологических методов управления;

- проектировать эффективные межличностные коммуникации на основе использования современных технологий управления персоналом;

### **3. Владеть:**

- навыками проектирования психологически комфортной коммуникативной среды торговой организации;

- навыками управления групповыми коммуникациями в межкультурной среде

### **Содержание дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины
1.	Тема 1. Общая характеристика дисциплины «Психология продаж»
2.	Тема 2. Экономическое содержание психологии продаж
3.	Тема 3. Субъекты товарного обмена
4.	Тема 4. Психологические особенности продавцов
5.	Тема 5. Психологические особенности потребителей
6.	Тема 6. Взаимодействие продавцов и покупателей
7.	Тема 7. Коммуникации продавцов и покупателей
8.	Тема 8. Психологические основы эффективного общения продавцов и покупателей
9.	Тема 9. Деструктивные психологические факторы взаимодействия и общения продавцов и покупателей

**Форма контроля - зачет**