



**Частное учреждение профессионального образования
«Высшая школа предпринимательства»
(ЧУПО «ВШП»)**

**Рабочая программа дисциплины
«Психология продаж»**

для специальности среднего профессионального образования:

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация базовой подготовки: менеджер по продажам

ПРИНЯТО

Протокол заседания педагогического
совета ЧУПО «ВШП»
№ 02 от «15» марта 2022 г.

Разработана на основе Федерального
компонента государственного
стандарта среднего профессионального
образования по специальности 38.02.04
Коммерция (по отраслям)
Квалификация: менеджер по продажам

УТВЕРЖДАЮ: Директор ЧУПО «ВШП»  Аглабян М.Г.



СОДЕРЖАНИЕ

- I. ПАСПОРТ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
- II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- III. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- IV. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

I. ПАСПОРТ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Психология продаж» составлена в соответствии с федеральным государственным стандартом среднего профессионального образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. №539 и является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Настоящая дисциплина входит в общепрофессиональные дисциплины профессионального учебного цикла. Знания по дисциплине «Психология продаж» могут использоваться в дисциплинах профессиональных модулей.

Цели освоения дисциплины. Требования к результатам освоения дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Психология продаж» является подготовка обучающихся к применению психологических знаний и приемов в процессе продаж.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать у обучающихся общее представление о психологических аспектах продаж;
- сформировать знания о психологических особенностях поведения покупателей и их типах.
- сформировать знания о психологических закономерностях эффективных коммуникаций в процессе продаж;
- сформировать знания о влиянии особенностей протекания ряда психических процессов на ход и результат продажи;
- сформировать знания о влиянии различных социально-психологических явлений на ход и результат продажи;
- наработать практические навыки эффективных продаж, основанных на использовании психологических знаний и применении психологических приемов и технологий.

В результате изучения дисциплины обучаемый должен:

уметь:

- применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента; делового и управленческого общения; устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение;
- определять типы покупателей, особенности их мотивации и выбирать исходя из этого оптимальные тактики продаж;
- использовать психологические приемы при организации процесса продаж, установлении контакта, прояснении мотивации, проведении презентации, работе с возражениями и заключении сделки;
- регулировать собственные эмоциональные состояния, уровень мотивации и особенности вербального и невербального поведения в процессе продаж.

знать:

- составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности;
- инновации в коммерции;
- организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию;

- структуру продажи как процесса, психологические закономерности и особенности его протекания;
- психологические особенности поведения покупателя, его мотивацию и типы покупателей;
- особенности влияния социально-психологических процессов и явлений на процесс продажи;
- психологические инструменты и технологии повышения эффективности продажи;
- психологические характеристики успешного продавца, приемы саморегуляции, самомотивации и организации собственной деятельности.

Результаты освоения дисциплины

Код	Наименование результата обучения
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ПК 1.1.	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
ПК 1.7.	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	102
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	68
в том числе:	
Лекции, уроки	34
практические занятия, семинары	34
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	34
в том числе:	
работа над курсовой работой (проектом)	-
работа с конспектом лекций	34
Выполнение заданий для самостоятельной работы в тетради-практикуме	
выполнение домашних заданий	
эссе, реферат	
Промежуточная аттестация	Зачет

Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
Тема 1. Продажа как процесс социально-психологического взаимодействия. Формируемые компетенции ОК 3, ОК 6. ПК 1.1, ПК 1.7.	<i>Содержание учебного материала</i>	4	
	Понятия «продажа», структура процесса продажи.		2
	Аттракция и фасцинация в продажах		2
	Убеждение, внушение и информирование в продажах.	4	2
	Эффекты социальной перцепции		1
	<i>Практические занятия</i>	4	
	Этапы процесса продажи	4	
	Психологический тренинг: Внушение и убеждение в продажах		
	<i>Самостоятельная работа</i>	4	
	Выполнение заданий для самостоятельной работы	4	
Тема 2. Продавец, его психологические особенности и эффективность продаж. Формируемые компетенции ОК 3, ОК 6. ПК 1.1, ПК 1.7.	<i>Содержание учебного материала</i>	4	
	Имидж и компетенции продавца		1
	Позиция продавца в процессе продаж.		1
	Мотивация продавца	4	1
	Психологические барьеры в продажах		1
	Самотивация и саморегуляция в		2
	деятельности продавца		
	<i>Практические занятия</i>	6	
	Имидж продавца		
	Психологические барьеры в продажах	6	
	Саморегуляция и самотивация в деятельности продавца		
	<i>Самостоятельная работа</i>	6	
	Работа с конспектом лекций	2	
	Выполнение заданий для самостоятельной работы	2	
	эссе, реферат	2	

Тема 3. Психология поведения покупателей Формируемые компетенции ОК 3, ОК 6. ПК 1.1, ПК 1.7.	<i>Содержание учебного материала</i>	4	
	Влияние сознательных и бессознательных мотивов на поведение покупателей	4	1
	Влияние ценностей, установок и метапрограмм на поведение покупателей		1
	Типы покупателей		2
	Уровни покупателей по степени лояльности		2
	Особенности работы с проблемными и конфликтными покупателями.		2
	<i>Практические занятия</i>		4
	Мотивы и ценности покупателей	4	
	Психологический тренинг: Работа с конфликтными покупателями		
	<i>Самостоятельная работа</i>	4	
	Работа с конспектом лекций	2	
	Выполнение заданий для самостоятельной работы		
	Эссе «Конфликтные покупатели»		
Тема 4. Психологические аспекты установления контакта и прояснения потребностей клиентов. Формируемые компетенции ОК 3, ОК 6. ПК 1.1, ПК 1.7.	<i>Содержание учебного материала</i>	4	
	Психологические аспекты первой встречи с клиентом. Психологические особенности первого контакта по телефону.	4	2
	Приемы НЛП при установлении контакта.		2
	Слушание как способ прояснения потребностей.		2
	Вопросы как средство установления контакта и прояснения потребностей.		2
	<i>Практические занятия</i>	4	
	Психологический тренинг: Технология общения с клиентом по телефону	4	
	Профессиональный тренинг: Технология активного слушания		
	Вопросы в продажах		
	<i>Самостоятельная работа</i>	4	
	Выполнение заданий для самостоятельной работы	4	
	Работа с конспектом лекций		
	эссе, реферат		

Тема 5. Психологические аспекты презентации товара Формируемые компетенции ОК 3, ОК 6. ПК 1.1, ПК 1.7.	Содержание учебного материала	6	
	Структура презентации		1
	Презентация с точки зрения качества и с точки зрения пользы		2
	Учет особенностей репрезентативных систем при проведении презентации		2
	Учет законов и эффектов восприятия при проведении презентации	6	2
	Приемы, используемые в презентации		2
	Особенности поведения продавца при проведении презентации		2
	Практические занятия	4	
	Приемы эффективной презентации		
	Презентация с точки зрения качества и с точки зрения пользы	4	
	Презентация для визуалов, аудиалов и кинестетиков		
	Самостоятельная работа	4	
	Работа с конспектом лекций		
	Выполнение заданий для самостоятельной работы	4	
эссе, реферат «Эффективная презентация»			
Тема 6. Психологические особенности работы с возражениями, заключения сделки и ведения клиента после сделки	Содержание учебного материала	4	
	Виды возражений		2
	Скрытые программы	4	1
	Ответы на возражения		2
	Техники доведения до сделки		2
	Практические занятия	4	
	Приемы работы с возражениями	4	
Формируемые компетенции ОК 3, ОК 6. ПК 1.1, ПК 1.7.	Ролевая игра: Технология доведения до сделки		
	Самостоятельная работа	4	
	Работа с конспектом лекций		
	Выполнение заданий для самостоятельной работы	4	
	эссе, реферат «Ответы на возражения»		
Тема 7. Психологические особенности вербального и невербального общения в продажах	Содержание учебного материала	4	
	Влияние отдельных слов на восприятие человека	4	1
	Интонационные характеристики		1

Формируемые компетенции ОК 3, ОК 6. ПК 1.1, ПК 1.7.	общения и их роль в продажах			
	Лексика и культура речи продавца		2	
	Психологические приемы деловой переписки		3	
	<i>Практические занятия</i>	4		
	Лексика и культура речи продавца	4		
	Приемы деловой переписки			
	<i>Самостоятельная работа</i>	4		
	Работа с конспектом лекций			
	Выполнение заданий для самостоятельной работы	2		
эссе, реферат «Культура речи продавца»	2			
Тема 8. Психологические особенности управления процессом продажи	<i>Содержание учебного материала</i>	4		
	Особенности организации пространства в процессе продажи	4		1
	Учет временных характеристик при организации продаж		1	
	<i>Практические занятия</i>	4		
	Организации пространства в процессе продажи	4		
	<i>Самостоятельная работа</i>	4		
	Выполнение заданий для самостоятельной работы	2		
Работа с конспектом лекций	2			
Всего	102/34			

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

III. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин, компьютера, проектора.

Оборудование учебного кабинета:

1. Посадочные места по количеству обучающихся.
2. Рабочее место преподавателя.
3. Презентация «Психология продаж».

Технические средства обучения:

1. Компьютеры с выходом в Интернет.
2. Видеопроекторное оборудование.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Специализированная мебель (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Залы:

- Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет
- Актовый зал.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

Лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система Microsoft Windows 10 Pro;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Антивирусная программа Dr. Web;
- 7-ZIP – архиватор <https://7-zip.org.ua/ru/>
- Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/o-programmye/>
- Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО//<https://visualstudio.microsoft.com/ru/vs/community/>)

Перечень учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников

Основная литература:

1. Федорова А.В. Профессиональная этика и психология делового общения : учебное пособие / Федорова А.В. — Москва : КноРус, 2022. — 218 с. — ISBN 978-5-406-09502-7. — URL: <https://book.ru/book/943816> (дата обращения: 01.03.2022). — Текст : электронный.
2. Долгова И.В. Этика делового общения : учебник / Долгова И.В. — Москва : КноРус, 2021. — 239 с. — ISBN 978-5-406-07856-3. — URL: <https://book.ru/book/938806> (дата обращения: 01.03.2022). — Текст : электронный.

Периодические издания:

1. Российская газета. Ежедневное государственное издание (официальный публикатор государственных документов).

Электронно-библиотечные системы:

- (ЭБС) <https://www.book.ru/>

Современные профессиональные базы данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации: <http://pravo.gov.ru/>
- Портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: <http://window.edu.ru/>

Информационные справочные системы:

- Министерство просвещения Российской Федерации.
- Банк документов: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>
- Компьютерная справочная правовая система «Гарант»: <https://www.garant.ru/>

Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети

Интернет:

№ п/п	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Профессиональный психологический сайт	http://www.psychology.ru/

2.	Сайт издания «Вопрос психологии»	http://www.voppsy.ru/
3.	Психология продаж: 25 эффективных методов влияния на покупателя	https://sales-generator.ru/blog/psikhologiya-prodazh/
4.	Психология продаж: 12 интересных фактов о клиентах	https://kontur.ru/articles/4346

IV. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента; делового и управленческого общения; ● устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение; ● определять типы покупателей, особенности их мотивации и выбирать исходя из этого оптимальные тактики продажи; ● использовать психологические приемы при организации процесса продажи, установлении контакта, прояснении мотивации, проведении презентации, работе с возражениями и заключении сделки; ● регулировать собственные эмоциональные состояния, уровень мотивации и особенности вербального и невербального поведения в процессе продаж. 	<p><u>Формы контроля обучения</u></p> <p><i>Текущий контроль</i> Практические занятия: Устный опрос, решение задач, выполнение заданий деловой игры Самостоятельная работа, написание эссе, подготовка презентации</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся; оценка степени участия в групповых дискуссиях, деловых играх накопительная оценка</p>
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности; ● инновации в коммерции; ● организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию; ● психологические инструменты и технологии повышения эффективности продаж; ● структуру продажи как процесса, психологические закономерности и особенности его протекания; ● психологические особенности поведения покупателя, его мотивацию и типы покупателей; ● особенности влияния социально-психологических процессов и явлений на процесс продажи; 	

● психологические характеристики успешного продавца, приемы саморегуляции, самомотивации и организации собственной деятельности.	
	<i>Зачет</i>

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки
1.	Зачет/ ОК 3, ОК 6, ПК 1.1, ПК 1.7	<p>Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения, обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 5 (отлично) – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. ● 4 (хорошо) – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. ● 3 (удовлетворительно) – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. ● 2 (неудовлетворительно) – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

Задания 1-го типа

1. Сущность и задачи коммерческой деятельности на потребительском рынке товаров и услуг.
2. Технология продажи с точки зрения психологии торговли.
3. Характеристика современных форм и методов организации торговли.

4. Типизация и специализация торговых предприятий.
5. Характеристика методов обслуживания покупателей в оптовой и розничной торговле.
6. Понятие и сущность НТП и его влияние на развитие торговых предприятий.
7. Основные пути и направления использования достижений НТП в торговле.
8. Классификация и характеристика современных систем автоматизации торговой деятельности.
9. Автоматизация складских процессов.
10. Комплексное внедрение информационных технологий в розничной торговле.
11. Программное обеспечение для торговли: функции и параметры.
12. Управление электронным торговым оборудованием
13. Складской технологический процесс и его составные части.
14. Виды организации технологических процессов на складах.
15. Методы продажи товаров со склада фирмы-оптовика.
16. Организация внешних продаж.
17. Финансово-экономические показатели эффективности использования товарных складов.
18. Организация управления складским технологическим процессом.
19. Автоматизированные системы управления складскими технологическими процессами.
20. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
21. Психологические инструменты повышения эффективности продаж.
22. Технологии повышения эффективности продаж
23. Психологические характеристики успешного продавца
24. Приемы саморегуляции и самомотивации у продавца
25. Организация собственной деятельности продавца

Задания 2-го типа

1. Какова организация и технология разгрузки и приемки товаров по количеству и по качеству. Приведите примеры
2. Организация и технология хранения товаров в магазине.
3. Содержание торгово-технологических операций по подготовке товаров к продаже.
4. Последовательность осуществления торговых операций в магазине
5. Технология и этапы продажи товаров.
6. Специфика и методы организации розничных продаж.
7. Элементы и методы организации торговых процессов при самообслуживании,
8. Элементы и методы организации торговых процессов при продаже товаров по предварительным заказам.
9. Элементы и методы организации торговых процессов при продаже с индивидуальным обслуживанием, при продаже по образцам.
10. Формы и методы расчетов с покупателями.
11. Основные этапы становления и развития дисциплины «Психология продаж». Приведите примеры.
12. Теории потребностей и потребительского поведения. Обоснуйте ответ.
13. Продажи как система маркетинга.
14. Как происходит учет психологических факторов в активных продажах. Приведите примеры.
15. Морально-этические основы продаж. Консюмеризм.

16. Сколько этапов продаж? Как осуществляется поиск клиентов. Приведите пример.
17. Каковы правила установления контакта между продавцом и покупателем. Приведите пример.
18. Каковы психологические аспекты клиенториентированной продажи. Приведите примеры.
19. Виды возражений. Классификация возражений. Методы «преодоления» возражений. Приведите примеры.
20. Каковы трудности, возникающие при завершении сделки. Психологические приемы завершения сделки. Приведите пример.
21. Каковы психологические аспекты комплексного стимулирования продаж. Приведите примеры.
22. Каковы психологические приемы для успешного заключения и исполнения договора? Приведите примеры. Обоснуйте ответ.
23. Каковы тактики продаж в зависимости от типа покупателей? Приведите примеры и обоснуйте ответ.
24. Каковы особенности вербального и невербального поведения в процессе продаж? Приведите примеры.
25. Какие психологические приемы используются при работе с возражениями? Приведите пример.

Задания 3-го типа

1. Вы недавно назначены менеджером по кадрам. Но еще плохо знаете сотрудников фирмы, сотрудники еще не знают вас в лицо. Вам было дано задание: провести тестовый опрос и выявить лидеров данной организации. Какие методики и тесты вы возьмете за основу?
2. Вы являетесь продавцом в магазине бытовой техники. В магазин поставили новые хлебопечки. Покупатель пришел купить тостер. Убедите покупателя приобрести хлебопечку. Какие методы убеждения Вы будете использовать? Приведите аргументы для убеждения покупателя в необходимости приобретения и тостера и хлебопечки.
3. Вы являетесь продавцом Интернет-магазина. Регулярно делаете обзвоны клиентов с предложением приобрести различные товары. Убедите по телефону потенциального покупателя приобрести набор скорородок, которые он не планировал приобретать. Какие доводы Вы представите для убеждения покупателя?
4. Вам в магазин возвратили туфли надлежащего качества. Возврат осуществлен в связи с неправильным размером туфель. Какие доводы Вы приведете, что бы покупатель приобрел туфли другой модели со значительно большей стоимостью, чем сдал туфли?
5. Вы работаете в театральном агентстве. Вам необходимо продать билеты в консерваторию и цирк. Какие доводы Вы можете привести, что бы заинтересовать потенциального клиента купить данные билеты, если он хотел сходить на комедию в театр?