

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр магистратуры



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

Департамент
образования
(ДО КФУ)



« _____ » _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Психология продаж

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг и рыночная аналитика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): ассистент, б.с. Шакиров Р.А. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), RuAShakirov@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Описывает план стимулирования продаж

Описывает план стимулирования продаж с учетом целевой аудитории

Составляет и описывает план стимулирования продаж с учетом целевой аудитории

Должен уметь:

Анализирует сбытовую политику организации

Разрабатывает на основе анализа план сбытовой политики

Совершенствует и проводит оценку эффективности сбытовой политики

Должен владеть:

Оценивает фрагментарно эффективность стратегии продвижения продукта

Оценивает эффективность стратегии продвижения продукта с учетом потребительской ценности

Оценивает эффективность стратегии продвижения продукта на основе анализа удовлетворенности и потребительской ценности

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.04.02 "Менеджмент (Маркетинг и рыночная аналитика)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 38 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 22 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 52 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 54 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 3 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме	
N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме	Само- стоя- тель- ная ра- бота
1.	Тема 1. Методы продвижения виды и специфика реализации	3	4	0	4	0	0	0	10
2.	Тема 2. Управление технологией продажи: он-лайн и офф-лайн.	3	4	0	6	0	0	0	14
3.	Тема 3. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей	3	4	0	6	0	0	0	14
4.2	Тема 4. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта: оценка эффективности	3	4	0	6	0	0	0	14
	Основная часть дисциплины (модуля) Тема 1. Методы продвижения виды и специфика реализации Основные этапы поведения покупателей в процессе продажи товаров и услуг. Основные этапы этих стадий и их логическая взаимосвязь. Способы прямого и косвенного воздействия на клиентов на каждом этапе и ситуационные условия их применения.	3	4	0	6	0	0	0	52

Профессиональные качества продавца, вызывающие доверие со стороны покупателей. Ситуационные факторы подбора персонала по половозрастным характеристикам, типу внешности, психологической структуре личности и др. Методы превентивной диагностики профессиональных качеств продавца.

Типы покупателей и способы их визуальной экспресс-оценки. Особенности работы с отдельными типами покупателей в оптовой и розничной торговле.

Способы создания торгового контакта. Корректные и некорректные приемы завоевания доверия. Использование приемов нейролингвистического программирования в процессе деловой беседы. Шесть способов устного предложения и условия их применения. Стадии деловой беседы в ходе торгового контакта, оптимальные способы их реализации и оценка намерений клиентов на основе анализа невербальных сигналов.

Тема 2. Управление технологией продажи: он-лайн и офф-лайн.

Продвижение основные функции и задачи. Продвижение как элемент маркетинг-микс. Виды продвижения: реклама, ПР, стимулирование продаж, личные продажи. Эвент-мероприятия. Партизанский маркетинг. Событийный маркетинг. Инновационные методы продвижения. Специфика продвижения в он-лайн и офф-лайн пространстве.

Активные и пассивные приемы продажи. Классификация форм и методов продажи и моделирование оптимальных условий из реализации.

Интерьер мест продажи и принципы его формирования в зависимости от конкретных деловых ситуаций.

Понятие о качестве и культуре торгового обслуживания. Методы их количественной оценки. Влияние качества и культуры торгового обслуживания на активность покупательского поведения.

Планировка мест продажи и пространственное размещение товаров и услуг. Способы оптимизации этого процесса. Основные приемы мерчендайзинга и особенности их применения с учетом национального менталитета в России.

Тема 3. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей

Цели воздействия на покупателей и условия их применения. Прямые и косвенные цели, их сравнительная эффективность.

Понятие о рекламном аргументе. Методика формирования рекламного аргумента. Оценка убедительности, желательности, исключительности и утилитарности альтернативных вариантов воздействия на поведение покупателей. Превентивные и актуальные методы оценки эффективности рекламных аргументов и сообщений. Типовые приемы усиления отдельных средств воздействия на потенциальных покупателей.

Формирование бюджета мероприятий по управлению покупательским поведением. Способы оптимизации затрат и условия их применения.

Тема 4. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта: оценка эффективности

Понятие о стимулировании сбыта товаров и услуг. Цена как фактор управления поведением покупателей. Понятие об оптимальной цене и методах ее определения. Способы и направления коррекции оптимальных цен с учетом психо типа основного контингента покупателей.

Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы. Условия их применения. Способы расчета оптимальных размеров скидок с цены, бонусов, подарков и т.п.

Технологическое стимулирование сбыта: использование оптимальных объемных, конструкционных и цветовых решений. Влияние интерьера на подсознательные мотивы покупательского поведения. Способы манипулирования покупательским поведением.

Мотивационное стимулирование сбыта: основные формы и методы материального стимулирования труда продавцов и их влияние на трудовое поведение персонала. Способы формирования у продавцов установок на активное и качественное обслуживание покупателей и условия их применения.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

журнал Бренд-менеджмент - <https://www.brand-management.ru/>

журнал маркетинг и маркетинговые решения - <https://www.grebennikoff.ru/product/3/>

Журнал реклама. Теория и практика - <https://www.grebennikoff.ru/product/8/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал включает в себя не только теоретический блок, но и анализ практических ситуаций представляющий научный интерес для магистранта. Посещение лекции строго обязательно. По материалам курса обучающийся самостоятельно подготавливает конспект лекций. Во время лекций может быть осуществлена дискуссия по теме лекции.
практические занятия	Практические занятия являются основным этапом для освоения компетенций обучающегося и предполагает аудиторную работу. К каждой теме предполагается форма оценочных средств, которая вывешивается до начала занятий и обучающийся имеет возможность ознакомиться детально. Задание на каждое практическое занятие раздается преподавателем заранее и оговаривается регламент защиты работы. Практические занятия носят открытый характер.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа (СР) обучающегося оценивается отдельно и также как и баллы полученные во время практики влияет на итоговую работу. СР предполагает самостоятельное освоение и поиск информации по заранее выданному преподавателем заданию. Во время практических занятий преподаватель может спросить обучающегося по вопросам отведенным на самостоятельное изучение и поставить соответствующий балл за качество ответа.
экзамен	Экзамен принимается преподавателем строго по указанному графику. Во время экзамена обучающийся может осуществить добор баллов и решить практические и контрольные задания (тесты). экзамен принимается либо устно, либо письменно о чем заранее предупреждает преподаватель на первых занятиях или лекции. Подготовка к экзамену основана на лекционном материале и рекомендованных источниках литературы.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.04.02 "Менеджмент" и магистерской программе "Маркетинг и рыночная аналитика".

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг и рыночная аналитика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

Продажи / пер. с англ. - Москва : Альпина Пабlisher, 2020. - 210 с. - (Серия 'Harvard Business Review: 10 лучших статей'). - ISBN 978-5-9614-3206-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221846> (дата обращения: 17.03.2025). - Режим доступа: по подписке.

Токовинин, М. Продажи людям : amoCRM от первого лица : практическое руководство / М. Токовинин, М. Кардаш. - Москва : Альпина ПРО, 2022. - 159 с. - ISBN 978-5-206-00003-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905837> (дата обращения: 17.03.2025). - Режим доступа: по подписке.

Иванова, С. В. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/916260> (дата обращения: 17.03.2025). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

Птуха, К. Эмоциональные продажи: Как увеличить продажи втрое / Птуха К., Гусарова В. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 188 с.: ISBN 978-5-9614-4344-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/926941> (дата обращения: 17.03.2025). - Режим доступа: по подписке.

Парабеллум, А. Двухшаговые продажи: Практические рекомендации Учебное пособие / Парабеллум А., Колотиллов Е. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 160 с. ISBN 978-5-9614-4904-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/912687> (дата обращения: 17.03.2025). - Режим доступа: по подписке.

Кеннеди, Д. Жесткие продажи: заставьте людей покупать при любых обстоятельствах / Дэн Кеннеди ; пер. с англ. - Москва : Альпина Пабlisher, 2020. - 293 с. - ISBN 978-5-9614-6122-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1220271> (дата обращения: 17.03.2025). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.02 Психология продаж*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг и рыночная аналитика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.