

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной
работе, качеству образования –
первый проректор

« 25 » _____ Хагуров Т.А.
2018г.



**Б1.В.ДВ.06.01 ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ И ЛИЧНЫЕ
ПРОДАЖИ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки/
специальность:

38.04.06 «Торговое Дело»

Направленность (профиль) /
специализация:

Маркетинг в торговле

Программа подготовки:

академическая

Форма обучения:

заочная

Квалификация (степень) выпускника:

магистр

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.06.01 Деловые переговоры и личные продажи составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры).

Программу составил:
А.Р. Муратова, ст. преподаватель кафедры маркетинга
и торгового дела, канд. экон. наук,


подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена
на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
протокол № 5 «10» апреля 2018 г.
Заведующий кафедрой Костецкий А.Н.


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической
комиссии экономического факультета
протокол УМК № 4 от «17» апреля 2018 г.
Председатель УМК факультета
Д-р экон. наук, проф. Л.Н. Дробышевская


подпись

Рецензенты:

Краевая Т.В. Ген. директор ООО «ТРЭВЛ-Транс»

Горлова Е.А., канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления КубИСЭП
(филиал) ОУП ВО «АТиСО»

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» заключается в формировании системного представления и получении знаний и практических навыков в области организации и осуществления личных продаж, а также в развитии практических навыков ведения деловых переговоров.

1.2 Задачи дисциплины:

- формирование коммуникационной составляющей делового общения;
- формирование технологии базовых мероприятий управления информационным пространством;
- овладение современными технологиями осуществления личных продаж;
- изучение содержания, структуру процесса управления продажами;
- освоение профессиональных приемов и навыков деловой коммуникации для достижения поставленных целей в деловой сфере;

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловые переговоры и личные продажи» относится к вариативной части блока 1 Дисциплины образовательной программы магистратуры направления 38.04.06 «Торговое дело», направленность (профиль) маркетинг в торговле, является дисциплиной по выбору. Её изучение запланировано в первом семестре второго года обучения.

Курс «Деловые переговоры и личные продажи» имеют логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основываются на дисциплинах: «Психология»; «Мотивация и стимулирование торгового персонала»

Перечисленные выше связи и содержание дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» дают магистранту системные представления об изучаемых дисциплинах в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает высокий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистра.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных, *общепрофессиональных и профессиональных* компетенций (ОК-2; ОК-8; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОК-2	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	особенности принятия решений в профессиональной деятельности в нестандартных ситуациях	анализировать мировоззренческое, социально и личностно значимые научные проблемы; принять социальную и этическую ответственность за	умениями практически применять знания о психических процессах и состояниях в профессиональной деятельности, преодолевать барьеры в

№ п.п .	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				профессиональные решения	деловом общении, соблюдать этику и приемы делового общения, создавать свой имидж.
2	ОК-8	Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе ситуациях риска	основы анализа, синтеза и обобщения информации.	проводить анализ и критически резюмировать информацию, уметь проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности	навыками проведения и обработки анализа, самостоятельно решать вопросы в области профессиональной деятельности.
3	ОПК-1	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	нормы и правила устной и письменной коммуникации в сфере продаж; особенности деловых переговоров и деловой переписки в разных странах; иностранный язык в области иностранной профессиональной деятельности	вести переговоры в сфере продаж; осуществлять письменную коммуникацию в процессе управления продажами; читать, переводить профессиональную литературу на иностранном языке	навыками ведения деловых переговоров в сфере продаж; способностью вести переписку, в т.ч. создавать тексты для массового распространения в сети Интернет; навыками чтения и перевода профессиональной литературы, профессионального иностранного языка
4	ОПК-4	Готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или	Исторический и мировой опыт личных продаж; место личных продаж в системе маркетинга; суть и принципы работы торговых агентов.	Проводить личные продажи; проводить демонстрацию товара; устранять разногласия с клиентами; стимулировать работу торговых агентов	Навыками анализа и принятия решений конкретных маркетинговых задач, возникающих в ходе личных продаж на предприятии;

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		товароведной)			
5	ПК-1	Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	приемы и инструменты ведения переговоров в сфере продаж на основе инновационных идей; знать инновационные способы формирования ассортимента и управления системой закупок в сфере торговли.	Уметь формировать, прогнозировать ассортимент товаров и управлять системами продаж и закупок на основе инновационных торговых технологий	способностью к поиску инновационных идей при организации продаж, формировании ассортимента торговых предприятий и организации системы закупок товаров.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 14,2 часа аудиторной нагрузки: лекционных 2 час., практических 12 час.; 0,2 часа – иная контактная работа; 54 часов самостоятельной работы и 3,8 часа - контроль)
(для студентов ЗФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		11
Контактная работа, в том числе:		
Аудиторные занятия (всего)	14	14
Занятия лекционного типа	2	2
Лабораторные занятия		
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	12
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8	3,8
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа , в том числе:	54	54
Проработка учебного (теоретического) материала	22	22
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	6	6

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			11
Реферат		6	6
Подготовка к текущему контролю		20	20
Контроль:			
Подготовка к экзамену		-	-
Общая трудоемкость	час.	72	72
	в том числе контактная работа	18	18
	зач. ед	2	2

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 11 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Развитие продаж и их роль в маркетинге	2	-	-	-	2
2.	Стратегия продаж	4	-	-	-	4
3.	Структура продажи	10	2	2	-	6
4.	Установление и поддержание контакта	8	-	2	-	6
5.	Основные психологические типы поведения клиентов	8	-	2	-	6
6.	Эффективная презентация товара	6	-	-	-	6
7.	Условия продажи услуги	8	-	2	-	6
8.	Деловое общение: виды, формы, особенности. Детерминация поведения личности в деловом общении	8	-	2	-	6
9.	Этика делового общения	6	-	-	-	6
10.	Конфликт в деловом общении и пути его преодоления	6	-	-	-	6
11.	Деловое общение в коллективе	8	-	2	-	6
	<i>Всего:</i>		2	12	-	54

2.3 Содержание разделов дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1	2	3	4

1.	Структура продаж	Структура продаж и ее эффективность. Виды структур, их преимущества и недостатки. Цели при формировании структуры продаж. Показатели эффективности службы продаж. Планирование в продажах: цели – мероприятия – мотивация – бюджет – контроль. Концепция потребительского капитала в продажах. Капитал удержания клиентов. CRM-системы: критерии выбора, этапы внедрения в отдел продаж. Входящая и исходящая информация клиентской базы. Сегментация клиентов. Особенности работы со старыми, новыми, перспективными и vip-клиентами. Пирамида клиентов. Работа с клиентской базой в зависимости от стратегии.	ПЗ
----	------------------	---	----

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование темы	Тематика практических занятий	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Структура продаж	Задание 6 ФОС по дисциплине. Цель занятия: закрепить теоретические знания и выработать умения по выбору субъекта продажи, формы продажи, канала распределения, а также описание всех этапов продажи выбранного товара.	ПЗ
2.	Установление и поддержание контакта	Темы для подготовки реферата: 1. Воздействие на благородные мотивы людей в деловом общении. 2. Проявление этикета в деловом общении. 3. Язык менеджера. Культура речи. 4. Организация и ведение дискуссий. 5. Искусство невербального общения. 6. Эффективность организации и проведения бесед, деловых переговоров. 7. Критерии эффективности публичного выступления. Работа в малых группах: разбираются основные правила установления контакта с потребителем. Составляется программа работы с потребителем и его претензиями	Р Т
3.	Основные психологические типы поведения клиентов	Темы для подготовки рефератов: 1. Воздействие на благородные мотивы людей в деловом общении. 8. Этика общения как показатель эффективности делового взаимодействия. 9. Взаимодействие и развитие в деловом общении. Психологические типы личности, их влияние на коммуникацию.	Р Т

		10. Нравственные цели делового общения. 11. Особенности связей с общественностью на различных уровнях организационной среды. 12. Связи с муниципальной, мультикультурной и социокультурной деловой средой. Упражнение «Клуб любителей...» ФОС по дисциплине Анализируются приемы работы с различными потребителями.	
4.	Условия продажи услуги	Вопросы для подготовки к опросу: 1. Отличительные особенности продажи услуг. 2. Средства презентации услуг. 3. Этапы презентации услуг. 1. Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта. 2. Персонал по продвижению услуг. Задание 7 ФОС по дисциплине Цель практического занятия: закрепить полученные теоретические знания и выработать умения самостоятельно выбрать услугу для продажи, сформулировать и описать основные этапы презентации услуги.	О ПЗ
5.	Деловое общение: виды, формы, особенности. Детерминация поведения личности в деловом общении	Вопросы для подготовки к опросу: 1. Определение цели и темы переговоров. 2. Сбор информации о противоположной стороне. Сравнительный анализ позиций каждой из сторон. 3. Распределение ролей при групповых переговорах. 4. Подбор и подготовка места для переговоров, выбор времени. 5. Перечислите основные блоки вопросов, которые должна содержать анкета для потенциального партнёра 6. Назовите основные методы повышения лояльности партнёров 7. Перечислите несколько вариантов бонусов для партнеров Упражнение «Клиентоориентация» ФОС по дисциплине Упражнение «Не надо у нас ничего покупать!» ФОС по дисциплине	О Т
6.	Деловое общение в	Вопросы для подготовки к опросу 1. Критерии выбора модели поведения	О

	коллективе	руководителя. 2. Деловое общение в формировании имиджа менеджера. 3. Эффективность работы над имиджем руководителя. 4. Критерии эффективности имиджирования. 5. Внешний облик руководителя. Внутреннее содержание делового человека.	
--	------------	---	--

(О-опрос, ПЗ-практическое занятие, Р-реферат, Т-тренинг)

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия - не предусмотрены.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы- не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Виды СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; Под ред. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 - 382 с. 2. Кузнецов, И.Н. Деловое общение: учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - 5-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 528 с. URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112230. 3. Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж: учебное пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 278 с. 4. Сидоров, П. И. Деловое общение / П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева. - 2-е изд., перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 383 с. Ломова О.С. Деловое общение специалистов по рекламе / М.: Юнити-Дана. 2015 г. 237 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114801 Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	1. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; Под ред. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 - 382 с. 2. Кузнецов, И.Н. Деловое общение: учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - 5-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 528 с. URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112230. 3. Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж: учебное пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 278 с. 4. Сидоров, П. И. Деловое общение / П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева. - 2-е изд., перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 383 с.

		Ломова О.С. Деловое общение специалистов по рекламе / М.: Юнити-Дана. 2015 г. 237 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114801 Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3.	Реферат	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4.	Подготовка к текущему контролю	1. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; Под ред. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 - 382 с. 2. Кузнецов, И.Н. Деловое общение: учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - 5-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 528 с. URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112230. 3. Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж: учебное пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 278 с. 4. Сидоров, П. И. Деловое общение / П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева. - 2-е изд., перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 383 с. Ломова О.С. Деловое общение специалистов по рекламе / М.: Юнити-Дана. 2015 г. 237 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114801 Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» лекции, практические занятия, консультации являются основными формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. При освоении дисциплины в учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий, а именно:

- дискуссии;
- тестирование;
- проведение деловых и ролевых игр;

- работа в малых группах;

В рамках учебной дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Фонд оценочных средств учебной дисциплины (модуля) «Деловые переговоры и личные продажи» для магистрантов направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры) (очной и заочной формы обучения) для текущей аттестации содержит:

- контрольные вопросы для текущего контроля знаний;
- тестовые задания;
- темы рефератов и научных работ;
- практические задания;
- вопросы для самостоятельной работы;
- сценарии деловых и ролевых игр.

Содержание фонда оценочных средств учебной дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки «Торговое дело» (уровень магистратуры), утвержденному Приказом Министерства образования и науки РФ от 30 марта 2015 г. № 323., ООП ВО, действующей примерной программе по дисциплине, учебному плану направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры).

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств учебной дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» для магистрантов направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры) (очной и заочной формы обучения) для промежуточной аттестации содержит вопросы к зачету.

Содержание фонда оценочных средств учебной дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки «Торговое дело» (уровень магистратуры), утвержденному Приказом Министерства образования и науки РФ от 30 марта 2015 г. № 323., ООП ВО, действующей примерной программе по дисциплине, учебному плану направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры).

4.2.1 Вопросы для подготовки к зачёту

1. Характеристика основных этапов продажи товаров.
2. Характеристика основных черт квалифицированного менеджера по продажам.
3. Профессиональные компетенции менеджера по продажам.
4. Характеристика метода «воронка продаж», его роль в управлении продажами.
5. Критерии SMART в управлении продажами.
6. Характеристика основных мотивов потребителей.
7. Характеристика основных мотивов торгового персонала.
8. Характеристика модели «Активные продажи товаров и услуг».
9. Управление продажами: функции процесса.
10. Содержание стратегии продаж, этапы ее разработки.
11. Стратегии продвижения.
12. Основные разделы стратегии продаж: учет конкурентов, доли рынка, наличие товаров-заменителей

13. Ценовая политика, наличие скидок, сервисное обслуживание, доставка
14. Продвижение продукции: выбор средств продвижения продуктов, учет поступающей информации в отдел продаж, нейтрализация конкурентов
15. Каналы сбыта: планирование каналов сбыта, каналы сбыта конкурентов, продажи и маркетинговое планирование.
16. Роль и значение подготовки к продаже
17. Этапы взаимодействия с клиентом. Особенности и значение каждого этапа.
18. Планирование разработки новых клиентов.
19. Планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника. Планирование личной встречи.
20. Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт, вербальное и невербальное в общении.
21. Техники активного слушания.
22. Специфика телефонного контакта. Выработка собственного стиля телефонного общения.
23. Определение цели работы для каждого сотрудника, контроль за достижением этих целей, управление процессом достижения целей; управление активностью работы менеджеров.
24. Управление процессами работы с клиентами.
25. Характеристики процессов продаж по каждому менеджеру.
26. Определение этапов работы с клиентами (инициирование интересов, презентация продуктов, согласование условий; оплата и отгрузка, разработка регламентов).
27. Размещение участников переговоров за столом.
28. Начало беседы: психологические приемы.
29. Выход из неблагоприятной ситуации в начале переговоров.
30. Основные этапы ведения переговоров.
31. Переговорные тактики.
32. Определение потребности в товаре, критерий выбора товара.
33. Сбор и использование информации о клиентах.
34. Слушание, его виды и специфика.
35. Установление контакта и эффект первого впечатления, влияние стереотипов на первое впечатление.
36. Социально – психологические аспекты успешных продаж.
37. Создание единой информационной базы данных о клиентах.
38. Практическое применение одной из существующих теорий мотивации при разработке системы мотивации работников отдела продаж.
39. Качественные показатели эффективности продаж товарной продукции.
40. Презентации: виды, их подготовка и проведение.
41. Критерии и условия успешной презентации.
42. Планирование презентации.
43. Особенности и основные этапы презентации.
44. Особенности индивидуальной и групповой презентации.
45. Особенности проведения презентации инновационных проектов.
46. Особенности проведения презентаций в иноязычной аудитории.
47. Подготовка эффективного содержания презентации.
48. Приемы оживления презентации.
49. Принципы качественной визуализации и основные тенденции в области визуализации.
50. Что такое услуга. Позиционирование услуги.
51. Услуги для предприятий и для физических лиц.
52. Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта.

53. Персонал по продвижению услуг.
54. Этапы продажи услуги.
55. Построение модели продажи услуг
- 56 Место переговоров в процессе делового общения.
- 57 Общая характеристика переговоров: сущность, виды, функции.
- 58 Классификация деловых переговоров.
- 59 Вербальные и невербальные средства общения.
- 60 Анализ поведения коммуникатора, интонаций, выражения лица, жестов, положения тела, походки и т. д.
- 61 Телефонная коммуникация и особенности общения по Интернету.
- 62 Теория и практика переговорного процесса.
- 63 Коммуникация в ситуации конфликта и организационных изменений.
- 64 Основные модели и стили делового общения.
- 65 Субъекты и предмет переговоров.
- 66 Понятие «цель переговоров» и «результат переговоров».
- 67 Формализация результатов переговоров в документах.
- 68 Психологические типы участников переговоров.
- 69 Психологические приемы преодоления неожиданностей, разногласий и тупиков на переговорах.
- 70 Психологическая сущность манипуляции.
- 71 Методы завершения переговоров.
- 72 Анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей.
- 73 Подготовка к международным переговорам: культурные отличия.
- 74 Отражение и восприятие в деловой коммуникации.
- 75 Различия этики устного, письменного и виртуального делового общения.
- 76 Коммуникативные барьеры и причины их возникновения.
- 77 Особенности работы с возражениями клиента.
- 78 Причины волнения и способы преодоления волнения.
- 79 Управление слушателями, временем и темой при ответе на вопросы.
- 80 Рекомендации общения с «трудными переговорщиками».
- 81 Управление спором, методы аргументации и тактические правила аргументации.
- 82 Способы преодоления коммуникативных барьеров.
- 83 Специфика внутрифирменного делового общения
- 84 Стили и жанры формирования деловой репутации.
- 85 Управление активностью менеджеров, установление нормативов работы.
- 86 Роль наставничества в управлении продажами.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; Под ред. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 - 382 с. 10 экз.
2. Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж: учебное пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 278 с. 8 экз.
3. Сидоров, П. И. Деловое общение / П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева. - 2-е изд., перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 383 с. 20 экз.
4. Кузнецов, И.Н. Деловое общение: учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - 5-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 528 с. URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112230>.
5. Ломова О.С. Деловое общение специалистов по рекламе / М.: Юнити-Дана. 2015 г. 237 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114801

5.2 Дополнительная литература:

1. Тульчинский Г.Л., Гусев С.С., Герасимов С.В. Логика и теория аргументации. учебник для академического бакалавриата : учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". - Москва : Юрайт, 2017. - 233 с. 1 экз.
2. Шейнов, В. П. Манипулирование и защита от манипуляций [Текст] / В. Шейнов. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 303 с. - Библиогр.: с. 300-303. - ISBN 978-5-496-00472-5 : 220 р. 2 экз.
3. Голова, А. Г. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / Голова А. Г. - М. : Дашков и К°, 2017. - 280 с. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414918>.
4. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами [Электронный ресурс] / Джоббер Д., Ланкастер Д. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 622 с. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872281>.
5. Наумова А.В. Фрагмент из учебного пособия «Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи» Электронный ресурс. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/personal_sale.htm?printversion
6. Рудольф А. Шнаппауф Практика продаж. Справочное пособие. Электронный ресурс. URL: http://www.e-reading.ws/bookreader.php/108823/Shnappauf_-_Praktika_prodazh.pdf
7. Шейнов В. П. «Искусство торговли. Эффективная продажа товаров и услуг» Электронный ресурс. URL: <http://www.e-reading.ws/book.php?book=145345>
8. Стацевич Е., Гуленков К., Сорокина И. Манипуляции в деловых переговорах: практика противодействия. 3-е изд., доп. М.: Альпина Паблишер, 2016. 150 с. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=room_red&tabs=mybiblio#top_position

5.3. Периодические издания:

1. Журнал «Генеральный директор». URL: <https://www.gd.ru/articles/8065-delovye-peregovory>
2. Бизнес журнал «Жажда». URL: <https://zhazhda.biz>

3. Журнал «Мое дело Магазин». URL: <http://www.moyo-delo.ru>
4. Журнал «Современная торговля». URL: <http://panor.ru/journals/sovtorg/index.php>
5. Журнал «Практика торговли». URL: <http://www.retailmagazine.ru/content.php>
6. Журнал «Продавать! Техника продаж». URL: <http://tehnikaprodazh.ru>
7. Журнал «Деловой мир» URL: <https://delovoymir.biz>
8. Журнал «Секрет фирмы» URL: <https://secretmag.ru>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

10. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE" <http://www.biblioclub.ru/>
11. Электронная библиотечная система издательства "Лань" <http://e.lanbook.com/>
12. Электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM" <http://znanium.com/>
13. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" www.grebennikon.ru
14. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://archive.neicon.ru>
15. Электронная библиотечная система "РУКОНТ" <http://www.rucont.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) добавить примеры

Программа дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» включает лекционный материал, практические занятия и задания к самостоятельной работе. В самостоятельную работу студента входит освоение теоретического материала с использованием лекций и рекомендованной литературы, решение задач, выполнение практических и тестовых заданий.

Форма итогового контроля – зачёт.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях. Цели практических занятий:

- расширение и углубление знаний по важнейшим проблемам курса;
- закрепление знаний и умения излагать сущность анализируемых мирохозяйственных явлений и процессов;
- формирование навыков аналитической работы.

Все это позволит студенту приобрести навыки профессионального мастерства, выработать свое собственное отношение к происходящим процессам в профессиональной деятельности, самостоятельно подбирать информационные источники, формулировать навыки осуществления эффективной коммуникации.

Практические занятия шлифуют профессиональное мастерство, дают возможность правильно формулировать ответы на вопросы, свободно изъясняться при помощи экономической лексики, тренироваться в публичных выступлениях, чувствовать себя уверенно в дискуссиях.

Практические занятия позволяют обобщить изученный материал, получить результат анализируемой ситуации, решить задачу или разобраться в экономической ситуации, модели.

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

а) для текущей успеваемости:

- вопросы для подготовки к практическим занятиям
- темы для подготовки рефератов;
- вопросы для дискуссий;
- тестовые задания;

- практические задания.

б) для промежуточной аттестации:

- вопросы для подготовки к зачёту (прилагаются).

Основным видом изучения курса «Деловые переговоры и личные продажи» является самостоятельная работа магистрантов с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

Цель самостоятельной работы:

- систематизация и закрепления получения теоретических знаний и умений;
- формирования умений использовать нормативную и правовую, справочную и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности магистрантов;
- формирования самостоятельного мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию;
- формирования убежденности, способности реализовать себя.

Самостоятельная работа магистранта в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- изучение материалов периодической печати, Интернет-ресурсов;
- выполнение эссе, рефератов;
- индивидуальные и групповые консультации.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения

При проведении занятий лекционного типа используется технология мультимедиапрезентаций, включающая текстовые, графические материалы и видеоматериалы по курсу. При проведении занятий по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 8, 10 (Операционная система, Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

8.2. Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.
4. Электронная библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих
5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.

6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа <http://e.lanbook.com/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.mylibrary.com> .

С целью обеспечения доступа к информационным ресурсам лиц с ограниченными возможностями здоровья в Зале мультимедиа Научной библиотеки КубГУ(к.А.218) оборудованы автоматизированные рабочие места для пользователей с возможностями аудиовосприятия текста. Компьютеры оснащены накладками на клавиатуру со шрифтом Брайля, колонками и наушниками. На всех компьютерах размещено программное обеспечение для чтения вслух текстовых файлов. Для воспроизведения звуков человеческого голоса используются речевые синтезаторы, установленные на компьютере. Поддерживаются форматы файлов: AZW, AZW3, CHM, DjVu, DOC, DOCX, EML, EPUB, FB2, HTML, LIT, MOBI, ODS, ODT, PDB, PDF, PRC, RTF, TCR, WPD, XLS, XLSX. Текст может быть сохранен в виде аудиофайла (поддерживаются форматы WAV, MP3, MP4, OGG и WMA). Программа также может сохранять текст, читаемый компьютерным голосом, в файлах формата LRC или в тегах ID3 внутри звуковых файлов формата MP3. При воспроизведении такого звукового файла в медиаплеере текст отображается синхронно. В каждом компьютере предусмотрена возможность масштабирования.

Многоуровневая система навигации ЭБС позволяет оперативно осуществлять поиск нужного раздела. Личный кабинет индивидуализирован, то есть каждый пользователь имеет личное пространство с возможностью быстрого доступа к основным смысловым узлам.

При чтении масштаб страницы можно увеличить, можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание текста непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа, например, Jaws, «Balabolka».

Скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержащие подтекстовый слой, достаточно высокого качества и могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

В ЭБС представлена медиатека, которая включает в себя около 3000 тематических аудиокниг различных издательств. В 2017 году контент ЭБС начал пополняться книгами и учебниками в международном стандартизированном формате Daisy для незрячих, основу которого составляют гибкая навигация и защищенность контента. Количество таких книг и учебников в ЭБС увеличивается ежемесячно.

ЭБС издательства «Лань» <https://e.lanbook.com>

Реализована возможность использования читателями **мобильного** приложения, позволяющего работать в режиме оффлайн для операционных систем iOS и Android. Приложение адаптировано для использования незрячими пользователями: чтение документов в формате PDF и ePUB, поиск по тексту документа, оффлайн-доступ к скачанным документам. Функция «Синтезатор» позволяет работать со специально подготовленными файлами в интерактивном режиме: быстро переключаться между приложениями, абзацами и главами, менять скорость воспроизведения текста синтезатором, а также максимально удобно работать с таблицами в интерактивном режиме. ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru>, ЭБС «ZNANIUM.COM»

<http://znaniyum.com>, ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>. В ЭБС имеются **специальные версии сайтов** для использования лицами с ограничениями здоровья по зрению. При чтении книг и навигации по сайтам применяются функции масштабирования и контрастности текста.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н. 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности, ауд. 201а
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра маркетинга и торгового дела (206А), аудитории 202А, 210Н, А216Н)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н

В качестве электронных средств обучения по дисциплине, с позиции реализации интерактивных образовательных технологий, используются аудитории, оснащенные компьютерами и мультимедийной аппаратурой. Для проведения лекций и практических занятий по дисциплине используется LCD-проектор.

Библиотечный фонд КубГУ: учебники, учебные пособия, периодические журналы, в электронной и бумажной формах.

10. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

В процессе изучения дисциплины используются современные профессиональные базы данных, информационные справочные и поисковые системы, находящиеся в режиме свободного доступа. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем ежегодно обновляется.

Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем, используемых в процессе преподавания дисциплины:

	Наименование электронного ресурса	Ссылка на электронный адрес
1.	Базы данных Министерства экономического развития и торговли РФ	http://economy.gov.ru
2.	Базы статистических данных Росстата	http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
3.	Консультант Плюс – справочная правовая система. Доступ к СПС Консультант Плюс предоставляется в Зале доступа к электронным ресурсам и каталогам (к. А 213 библиотечный корпус), class@lib.kubsu.ru	http://www.consultant.ru/
4.	Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals)	https://www.esomar.org
5.	Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR - Базы рынка рекламы)	https://www.restko.ru/
6.	База данных исследований Центра стратегических разработок	https://www.csr.ru/issledovaniya/
7.	База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН	http://www2.viniti.ru/
8.	Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных	www.rusnano.com
9.	База данных Федерального института промышленной собственности	www.fips.ru
10.	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия)	http://uisrussia.msu.ru/
11.	Базы данных компании «Ист Вью»	http://dlib.eastview.com

Экспертное заключение
на рабочую программу дисциплины
«Ведение деловых переговоров» для обучающихся по направлению
подготовки **38.03.06 Торговое дело** (уровень бакалавриата), направленность
(профиль): маркетинг в торговле и маркетинг услуг, разработанного на кафедре
«Маркетинга и торгового дела» ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
университет» Разработчик: канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры
«Маркетинга и торгового дела» Муратова Аделия Ринатовна

Разработанная кафедрой маркетинга и торгового дела рабочая программа представляет собой завершённую методическую разработку, включающую все необходимые компоненты: аннотация дисциплины, содержание и структура дисциплины, распределение учебного времени по разделам и видам занятий, учебно-методическое обеспечение дисциплины, средства контроля и оценки освоения студентами учебного материала. Задачи изучения дисциплины направлены на формирование у студентов теоретических и практических знаний, навыков и умений в области деловой коммуникации и на этой основе развитие аналитических и креативных способностей.

Разработанная тематика лекций, практических и индивидуальных занятий, обеспечивает охват необходимого объема учебного материала, а также отвечает логике доведения, закрепления и практического освоения указанной дисциплины. В рабочей программе отражена связь указанной дисциплины с другими дисциплинами, что позволяет представленной программе органично вписываться в процесс подготовки специалистов в сфере маркетинга и торгового дела.

Содержание рабочей программы и глубина материала для изучения современных технологий деловой коммуникации соответствует уровню подготовки будущего бакалавра. Кроме того, реализация дисциплины, направлена на общекультурное развитие студентов, что, безусловно, будет способствовать формированию эффективных деловых коммуникаций в мультикультурной среде. Реализация данной программы обеспечит соответствующую подготовку будущих выпускников в области маркетинга, как неотъемлемой части их профессионализма.

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Ведение деловых переговоров» соответствуют требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки Торговое дело (уровень бакалавриата) и её реализация позволит успешно обеспечить формирование заявленных профессиональных компетенций.

Эксперт:

кандидат экономических наук, доцент кафедры
менеджмента и торгового дела
Краснодарского кооперативного
института (филиала) РУК _____

Кушнир Д.Е.



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по дисциплине «Деловые переговоры и личные продажи», составленную на кафедре маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВПО «КубГУ» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры)

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры). Рабочая программа дисциплины детально разработана, в программе представлены соответствующие компетенции, которые формируются в процессе изучения дисциплины. В тематическом плане рабочей программы раскрывается последовательность изучения разделов и тем дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи». Последовательность и содержание тем, предлагаемых к изучению, направлена на качественное усвоение учебного материала.

Содержание рабочей программы и глубина изучения современных экономических и маркетинговых концепций, методов, инструментов соответствует уровню подготовки магистра. Кроме того, реализация дисциплины, будет способствовать общекультурному развитию студентов, что, безусловно, будет способствовать формированию эффективных деловых коммуникаций в мультикультурной среде. Реализация данной программы обеспечит соответствующую подготовку будущих магистров в области маркетинга, как неотъемлемой части их профессионализма.

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи» соответствуют требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки Торговое дело (уровень магистратуры), современным требованиям экономики, маркетинга и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных профессиональных компетенций.

Таким образом, данная рабочая программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) и может быть рекомендована к реализации в процессе подготовки магистров по данному направлению подготовки.

Рецензент:
Генеральный директор
ООО «ТРЭВЛ-Транс»



Т.В. Краевая