

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет экономический

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор



Хагуров Т.А.

« 11 » \_\_\_\_\_ 2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДЭ.02.01 ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ И ПАРТНЕРСКИЕ  
ОТНОШЕНИЯ**

Направление подготовки/специальность: 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: все профили

Форма обучения : очная, заочная

Квалификация: МАГИСТР

Краснодар 2021

Рабочая программа дисциплины «Деловые переговоры и партнёрские отношения» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Программу составил(и):

А.Р. Муратова, доцент кафедры маркетинга  
и торгового дела, канд.экон.наук

\_\_\_\_\_

подпись

Рабочая программа дисциплины «Деловые переговоры и партнёрские отношения» утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 4 «30» марта 2021 г.

Заведующий кафедрой маркетинга  
и торгового дела Костецкий А.Н.

\_\_\_\_\_

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 «18» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета/института Дробышевская Л.Н. \_\_\_\_\_

Рецензенты:

Гетман Е.П., канд.экон.наук., доцент кафедры  
управления в спорте и образовании КГУФКСТ

Краевая Т.В., Генеральный директор  
ООО «ТРЭВЛ-Транс»

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)**

**1.1 Цель дисциплины:** сформировать базовые знания и развить навыки ведения переговоров в рамках проектов по продвижению компаний, продуктов и веб-сайтов в сети интернет, а также развить навыки формирования партнерских отношений с клиентами, партнёрами и иными контрагентами предприятий и эффективного управления этими отношениями.

### **1.2 Задачи дисциплины:**

- научить осуществлять коммуникацию в рамках проектов по продвижению компании в сети интернет;
- научить использовать современные CRM-системы в управлении торговым предприятием;
- сформировать навыки управления отношениями с клиентами, партнёрами и иными контрагентами с целью развития и поддержания долгосрочных связей;
- научить составлять документацию и отчетность в рамках проектов по продвижению компаний в сети интернет;
- развить умения и навыки настройки, эксплуатации и проверки работоспособности современных информационных систем управления взаимоотношениями с клиентами

### **1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Деловые переговоры и партнёрские отношения» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере, Современные информационные технологии в профессиональной деятельности

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Системы управления и стимулирования торгового персонала, Маркетинг в социальных сетях

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-3 - Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде</b>	
ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает методы эффективного проведения переговоров Знает особенности функционирования рекламных площадок в сети интернет, социальных медиа, поисковых систем
	Умеет проектировать системы управления партнёрскими отношениями

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Умеет анализировать информацию необходимую, для формирования и реализации проектов по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде
	Владеет навыками формирования проекта по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде Взаимодействует с участниками работ по реализации проектов продвижения компании и результатов их деятельности в сети интернет
ИПК-3.6 Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети	Знает методы ведения переговоров, основы психологии, методы и средства презентации коммерческих предложений Знает правила и нормы составления документации в рамках проектов по организации маркетинговой деятельности
	Умеет презентовать коммерческие предложения и проводить переговоры с участниками проектов по продвижению Умеет составлять проектную документацию
	Проводит переговоры и презентации Составляет проектную документацию и отчеты о реализации стратегии продвижения проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		заочная	
		Х семестр (часы)	4 семестр (часы)	очно-заочная 4 семестр (часы)	Х курс (часы)
<b>Контактная работа, в том числе:</b>			<b>24,2</b>		<b>12,2</b>
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>					
занятия лекционного типа			8		4
практические занятия			16		8
<b>Иная контактная работа:</b>					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2		0,2
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>			<b>47,8</b>		<b>56</b>
Практическое задание			10		10
Работа в малых группах (подготовка)			6		4
Реферат/эссе (подготовка)			4		4
Самостоятельное изучение разделов,			27,8		32

самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)						
<b>Контроль:</b>						
Подготовка к зачёту						3,8
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>			<b>72</b>		<b>72</b>
	<b>в том числе контактная работа</b>			<b>24,2</b>		<b>12,2</b>
	<b>зач. ед</b>			<b>2</b>		<b>2</b>

## 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Переговоры как форма и способ деловой коммуникации. Место переговоров в процессе делового общения.		2	4		7,8
2.	Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров.		-	4		10
3.	Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах		2	2		10
4.	Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет		2	4		10
5.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем.		2	2		10
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	71,8	8	16		47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (*курсе*) (*заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Переговоры как форма и способ деловой коммуникации. Место переговоров в процессе делового общения.		2			10

2.	Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров.			2		10
3.	Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах			2		10
4.	Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет		2	2		16
5.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем.		-	2		10
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		68	4	8		56
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Контроль		3,8				
Общая трудоемкость по дисциплине		72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

## 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Переговоры как форма и способ деловой коммуникации. Место переговоров в процессе делового общения.	Нормы и правила устной и письменной коммуникации в сфере продаж; особенности деловых переговоров и деловой переписки в разных странах. Особенности принятия решений в профессиональной деятельности в нестандартных ситуациях.	Т Д
2.	Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров.	Приемы и инструменты ведения переговоров в сфере продаж на основе инновационных идей; знать инновационные способы формирования ассортимента и управления системой закупок в сфере торговли. Тактики ведения деловых переговоров. Приемы работы с возражениями. Правила деловой переписки. Особенности проведения переговоров он-лайн.	Т Р
3.	Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах	Методы ведения сложных переговоров. Консенсус и компромисс, способы их достижения. Метод СПИН в переговорном процессе. Метод вытеснения конкурентов в переговорном процессе. Конфликты в переговорах и их разрешение. Метод арбитража в переговорном процессе	Т Д
4.	Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет. Формирование и реализация проектов по продвижения компании в сети Интернет, группы партнёров и подрядчиков в таких проектах. Характеристика участников проектов по продвижению компании в сети интернет. Переговоры по выполнению работ по проекту продвижения компании в сети интернет: особенности проведения.	Т Д
5.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем.	Автоматизация процессов в продажах с помощью CRM. Анализ бизнес-процессов компании и постановка задач перед выбором CRM-системы. Основные этапы жизненного цикла клиента. Привлечение клиента. Удержание клиента. Повторное завоевание клиента. Факторы, определяющие интенсивность взаимоотношений организации с клиентом. Ценность организации с позиции клиента. Ценность клиента с позиции организации. Крупнейшие поставщики CRM-систем на российском рынке.	Т Д

написание реферата (Р), тренинг (Т), дискуссия (Д)

### 2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Переговоры как форма и способ деловой коммуникации. Место переговоров в процессе делового общения.	Нормы и правила устной и письменной коммуникации в сфере продаж; особенности деловых переговоров и деловой переписки в разных странах. Особенности принятия решений в профессиональной деятельности в нестандартных ситуациях.	Т Д
2.	Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров.	Приемы и инструменты ведения переговоров в сфере продаж на основе инновационных идей; знать инновационные способы формирования ассортимента и управления системой закупок в сфере торговли. Тактики ведения деловых переговоров. Приемы работы с возражениями. Правила деловой переписки. Особенности проведения переговоров он-лайн.	Т Р
3.	Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах	Методы ведения сложных переговоров. Консенсус и компромисс, способы их достижения. Метод СПИН в переговорном процессе. Метод вытеснения конкурентов в переговорном процессе. Конфликты в переговорах и их разрешение. Метод арбитража в переговорном процессе	Т Д
4.	Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет. Формирование и реализация проектов по продвижения компании в сети Интернет, группы партнёров и подрядчиков в таких проектах. Характеристика участников проектов по продвижению компании в сети интернет. Переговоры по выполнению работ по проекту продвижения компании в сети интернет: особенности проведения.	Т Д
5.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем.	Автоматизация процессов в продажах с помощью CRM. Анализ бизнес-процессов компании и постановка задач перед выбором CRM-системы. Основные этапы жизненного цикла клиента. Привлечение клиента. Удержание клиента. Повторное завоевание клиента. Факторы, определяющие интенсивность взаимоотношений организации с клиентом. Ценность организации с позиции клиента. Ценность клиента с позиции организации. Крупнейшие поставщики CRM-систем на российском рынке.	Т Д

написание реферата (Р), тренинг (Т), дискуссия (Д)

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

### 2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа не предусмотрена

### 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа:

		<a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
10	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)**

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, подготовка письменных практических работ, самостоятельная работа студентов, работа с он-лайн редакторами.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, работа в малых группах, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

### **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины *«Деловые переговоры и партнёрские отношения»*.

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме *тестовых заданий, доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, дискуссий* и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету.



### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает методы эффективного проведения переговоров Знает особенности функционирования рекламных площадок в сети интернет, социальных медиа, поисковых систем	Дискуссия Реферат	Вопросы к зачёту
		Умеет проектировать системы управления партнёрскими отношениями Умеет анализировать информацию необходимую, для формирования и реализации проектов по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Тренинг Дискуссия	Вопросы к зачёту
		Владет навыками формирования проекта по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде Взаимодействует с участниками работ по реализации проектов продвижения компании и результатов их деятельности в сети интернет	Тренинг Дискуссия	Вопросы к зачёту
2	ИПК-3.6 Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети	Знает методы ведения переговоров, основы психологии, методы и средства презентации коммерческих предложений Знает правила и нормы составления документации в рамках проектов по организации маркетинговой деятельности	Дискуссия Реферат	Вопросы к зачёту
		Умеет презентовать коммерческие предложения и проводить переговоры с участниками проектов по продвижению Умеет составлять проектную документацию	Тренинг Дискуссия	Вопросы к зачёту
		Проводит переговоры и презентации Составляет проектную документацию и отчеты о реализации стратегии продвижения проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Тренинг Дискуссия	Вопросы к зачёту

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**  
*Примерный перечень вопросов и заданий*

**Реферат**

*Тематика рефератов*

1. Использование социологических методов в исследовании личности.
2. Критерии выбора модели поведения руководителя.
3. Деловое общение в формировании имиджа менеджера.
4. Эффективность работы над имиджем руководителя.
5. Критерии эффективности имиджирования.
6. Внешний облик руководителя.
7. Внутреннее содержание делового человека.
8. Воздействие на благородные мотивы людей в деловом общении.
9. Проявление этикета в деловом общении.
10. Язык менеджера. Культура речи.
11. Подготовка и проведение публичного выступления руководителя.
12. Организация и ведение дискуссий.
13. Искусство невербального общения.
14. Эффективность организации и проведения бесед, деловых переговоров.
15. Критерии эффективности публичного выступления.
16. Этика общения как показатель эффективности делового взаимодействия.
17. Взаимодействие и развитие в деловом общении. Психологические типы личности, их влияние на коммуникацию.
18. Нравственные цели делового общения.
19. Особенности связей с общественностью на различных уровнях организационной среды.
20. Связи с муниципальной, мультикультурной и социокультурной деловой средой.
21. Переговорная практика в международном деловом сообществе.
22. Переговорная практика в условиях современного российского рынка.

### **Тренинг**

#### **Упражнение «Клиентоориентация»**

Размер группы 6-14 человек

Время 15-20 минут

Инструкция

*Группа делится на тройки.*

Прослушайте фразы менеджеров по продажам. Подумайте, какое впечатление оказывает на клиента каждая из фраз и какую реакцию может вызвать. Попробуйте заменить отрицательные на Ваш взгляд фразы. Результат работы вашей команды оформите как презентацию на листе флип-чарта. На работу в тройках 10 минут. Затем презентации команд.

1. Послушайте, откуда мне знать, когда Вам доставят товар? Я только принимаю заказы - я ведь не водитель грузовика.
2. Я не работаю в этом отделе, поэтому ничем не могу Вам помочь.
3. Доброе утро, магазин «Электромир». У телефона Сергей Крылов, чем я могу Вам помочь?
4. Извините. Я этим не занимаюсь. Вам нужно позвонить в бухгалтерию и т.п.

Дебрифинг

#### **Упражнение «Не надо у нас ничего покупать!»**

Цель Работа со страхом возражений. Подготовка к теме возражений.

Время 15-20 минут

Размер группы 6-14 человек

Инструкция

Представьте себе, что вы на вечеринке встретились с незнакомым человеком и он, узнав, что вы работаете в компании X, захотел прийти к вам в магазин или что-то купить у

компании. Скажите ему: «Не надо у нас покупать, потому что ...». Надо назвать причины реальные или чуть гиперболлизированные.

*Ведущий выписывает все причины на флип-чарт.*

Дебрифинг

- Что вы чувствуете?
- Как вы думаете, что это мы написали?
- Что из перечисленного в ваших силах предотвратить?
- Озвучьте основной эффект от этого упражнения лично для вас.

### **Упражнение «Анти-обслуживание»**

Размер группы 6-14 человек

Время 20-30 минут

Ресурсы и подготовка Бланк с вопросами всем участникам.

Инструкция

А теперь сфокусируемся на негативных аспектах обслуживания. Подумайте о самом худшем опыте обслуживания, который у Вас был. Постарайтесь вспомнить такую историю, которая осталась в Вашей памяти в деталях.

Ответьте на следующие вопросы:

*Зачитайте вопросы и раздайте бланки с вопросами участникам.*

Опираясь на свои записи, составьте общую формулу «Отвращения клиента» - что должны делать организации и их сотрудники, чтобы гарантировать полное нежелание клиента возвращаться к ним и отвращение на длительный период, а может быть на всю оставшуюся жизнь.

5 минут на самостоятельную работу, затем рассказ группе о вашем опыте некачественного обслуживания, какая формула анти - обслуживания у Вас получилась?

Дебрифинг

Не требуется.

Вопросы «Анти-обслуживание»

Подумайте о самом худшем опыте обслуживания, который у Вас был.

Постарайтесь вспомнить такую историю, которая осталась в Вашей памяти в деталях.

1.Что случилось, по чему Вы остались, не удовлетворены?

---

2. Что Вы чувствовали по этому поводу?

---

3. Что именно из того, что с Вами делали или говорили, больше всего Вам не понравилось?

---

4.Что послужило той самой «красной тряпкой», из-за которой Вы «завелись»?

---

5.Каковы Ваши отношения с этой организацией теперь, после этого случая? Приходили ли туда ещё? Если да, то почему? Если нет, то почему?

---

6.Рассказали Вы кому-нибудь о своём неприятном опыте? Примерно скольким людям Вы об этом рассказали? Повлияло ли это каким-то образом на их желание иметь дело с этой организацией?

---

6.Что Вас больше всего раздражает, выводит из себя, когда Вы имеете дело с некачественным обслуживанием? Перечислите как можно больше конкретных вещей, не обязательно связанных с той конкретной историей, которую Вы анализировали?

---

### Формула «Анти-Обслуживания»

Опираясь на свои записи, составьте общую формулу «Отвращения клиента» - что должны делать организации и их сотрудники, чтобы гарантировать полное нежелание клиента возвращаться к ним и отвращение на длительный период, а может быть на всю оставшуюся жизнь.

Формула

Чтобы «Отвратить Клиента» надо = А + Б + В + Г

А =

---

---

---

Б =

---

---

---

В =

---

---

---

Г =

---

---

---

Расскажите группе о Вашем опыте некачественного обслуживания, какая формула анти - обслуживания у Вас получилась?

### Упражнение «Клуб любителей...»

Цель: Отработка видов влияния.

Размер группы

6-14 человек

Время

15-20 минут

Ресурсы и подготовка

Бланк с вопросами всем участникам.

Ход упражнения

*Перед упражнением необходима мини-лекция о видах влияния.*

1. Далее делим группу на такое количество мини-групп, сколько видов влияния вы хотите показать. Например, заражение, подражание и т.д.

2. В мини-группе участникам надо договориться, что их объединяет. Например, все любят жареную картошку, значит клуб они назовут, например, Клуб любителей жареной картошки. Какая-то группа найдет общий признак - любят кошек, загородные поездки, Тунис, кабачки, танцы, джинсы.

3. Задача группы подготовить выступление черед остальными участниками, рассказать так о своем клубе, чтоб остальным участникам тренинга захотелось вступить в ИХ клуб (любителей жареной картошки, кабачков, джинсов).

4. Перед началом работы в мини-группах выдайте каждой описание определенного вида влияния который им и предстоит использовать в выступлении.

5. Группы выступают по очереди.
6. После всех выступлений на флип-чарте пишем названия всех клубов.
7. Участникам выдаем по три цветных стикера. Их задача проголосовать за понравившиеся выступления. Можно все три стикера отдать одной команде, можно распределить между командами.

#### Дебрифинг

- Почему именно такими получились результаты голосования?
- Чем вам это упражнение было интересно?
- Как на практике применимы результаты этого упражнения?

#### **Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)**

1. Основные модели и стили делового общения.
2. Субъекты и предмет переговоров.
3. Понятие «цель переговоров» и «результат переговоров».
4. Формализация результатов переговоров в документах.
5. Психологические типы участников переговоров.
6. Размещение участников переговоров за столом.
7. Начало беседы: психологические приемы.
8. Выход из неблагоприятной ситуации в начале переговоров.
9. Основные этапы ведения переговоров.
10. Переговорные тактики.
11. Место переговоров в процессе делового общения.
12. Общая характеристика переговоров: сущность, виды, функции.
13. Классификация деловых переговоров.
14. Вербальные и невербальные средства общения.
15. Анализ поведения коммуникатора, интонаций, выражения лица, жестов, положения тела, походки и т. д.
16. Телефонная коммуникация и особенности общения по Интернету.
17. Психологические приемы преодоления неожиданностей, разногласий и тупиков на переговорах.
18. Психологическая сущность манипуляции.
19. Методы завершения переговоров.
20. Анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей.
21. Подготовка к международным переговорам: культурные отличия.
22. Отражение и восприятие в деловой коммуникации.
23. Различия этики устного, письменного и виртуального делового общения.
24. Коммуникативные барьеры и причины их возникновения.
25. Особенности работы с возражениями клиента.
26. Причины волнения и способы преодоления волнения.
27. Управление слушателями, временем и темой при ответе на вопросы.
28. Рекомендации общения с «трудными переговорщиками».
29. Управление спором, методы аргументации и тактические правила аргументации.
30. Способы преодоления коммуникативных барьеров.
31. Специфика внутрифирменного делового общения
32. Стили и жанры формирования деловой репутации.
33. Основные составляющие CRM
34. Типы и характеристики каналов коммуникаций с клиентами
35. Этапы и особенности развития каналов коммуникаций
36. «Качество» каналов с точки зрения решения задач CRM
37. Значимость каналов коммуникаций для формирования клиентского опыта

38. Особенности коммуникаций с клиентами в реальном времени
39. Факторы, лежащие в основе эффективности управления взаимоотношениями с клиентами.
40. Развитие управленческой концепции CRM в мире и в России.

### **Критерии оценивания результатов обучения**

#### Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»:

- полное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в строгом соответствии излагаемого студентом материала учебной литературы, конспектов лекций и практических занятий;
- демонстрация знаний дополнительного материала;
- чёткие правильные ответы на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объём знаний студента.

«не зачтено»:

- недостаточное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в слишком общем соответствии либо в отсутствии соответствия излагаемого студентом материала учебной литературы, конспектов лекций и практических занятий;
- нечёткие ответы или отсутствие ответа на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объём знаний студента;
- отсутствие подготовки к зачёту или отказ от сдачи зачета.

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.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий**

### 5.1. Учебная литература

1. Иган Джон. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Иган Джон ; пер. Е. Э. Лалаян. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 375 с. - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114710](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710)
2. CRM-системы : учебное пособие / А. О. Лёвкина (Вылегжанина). – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 100 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450112>
3. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой. - М. : Дашков и К°, 2020. - 283 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573164>.
4. Стацевич Е., Гуленков К., Сорокина И. Манипуляции в деловых переговорах: практика противодействия. 3-е изд., доп. М.: Альпина Паблишер, 2016. 150 с. [http://biblioclub.ru/index.php?page=room\\_red&tabs=mybiblio#top\\_position](http://biblioclub.ru/index.php?page=room_red&tabs=mybiblio#top_position)

### Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

### 5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

#### Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

#### Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

#### Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

**Ресурсы свободного доступа:**

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety)

**Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы**

**КубГУ:**

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

**6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Программа дисциплины «Деловые переговоры и партнёрские отношения» включает практические занятия и задания к самостоятельной работе. В самостоятельную работу студента входит освоение теоретического материала с использованием рекомендованной литературы, выполнение практических, подготовка рефератов и научных работ.

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.

Основным видом изучения курса «Деловые переговоры и партнёрские отношения» является самостоятельная работа студентов 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 обучающихся;
- формирования самостоятельного мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию;
- формирования убежденности, способности реализовать себя.

Самостоятельная работа студента 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.

## **7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)**

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

<p>Учебные аудитории для проведения лабораторных работ</p> <p>Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н</p>	<p>Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютеры, ноутбуки Оборудование: ПК, Терминальные станции, Усилитель автономный беспроводной</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 SPSS Statistics</p>
<p>Лаборатория управления в технических системах 207Н</p>	<p>Типовой комплект учебного оборудования "Теория автоматического управления", Презентации и плакаты Усилитель автономный беспроводной с микрофоном</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>
<p>Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности 201А</p>	<p>Панель интерактивная, Конференц-система, Микшер-усилитель, Подаватель акустической обратной связи, Настенный громкоговоритель, Радиосистема, Микрофон на гибком держателе, Моноблок НР, Документ-камера, Беспроводная точка доступа, Система видеотображения, ЖК панель, Сплитер, Мультимедийная трибуна лектор, Система видеоконференцсвязи, Плакаты</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8</p>
<p>Лаборатория экономики и управления 212Н</p>	<p>Презентации и плакаты, Многофункциональный профессиональный видео детектор банкнот и ценных бумаг, Счетчики банкнот, Инфракрасный детектор банкнот и ценных бумаг, Универсальный детектор банкнот и ценных бумаг, Детектор подлинности банкнот, Ящик денежный, Планшетный импринтер, Усилитель автономный беспроводной</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)</p>	<p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>

	<p>техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)</p>	<p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>