

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.

«28» мая 2022г.

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:	торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде
Форма обучения :	очная, заочная
Квалификация:	МАГИСТР

Краснодар 2022

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 № 6 «22» апреля 2022 г.

Заведующий кафедрой маркетинга
и торгового дела Костецкий А.Н.

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического
факультета протокол № 11 «17» мая 2022 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
ПК-3 - Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
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		очно-заочная	заочная
		X семестр (часы)	4 семестр (часы)	4 семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:			24,2		12,2
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа			8		4
практические занятия			16		8
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2		0,2
Самостоятельная работа, в том числе:			47,8		56
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.)						
Контроль:						
Подготовка к зачёту						3,8
Общая трудоемкость	час.			72		72
	в том числе контактная работа			24,2		12,2
	зач. ед			2		2

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	СРС
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	СРС
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
ИТОГО по разделам дисциплины		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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
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:

		https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

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
		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	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 гиперболизированные.

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 = A + Б + В + Г

A =

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
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

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
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» 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
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

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](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

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

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
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	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)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	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)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus