

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Мичуринский государственный аграрный университет»

Кафедра экономической безопасности и права

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол от 22 июня 2023 г. № 10)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
 С.В. Соловьёв
«22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПСИХОТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

Направление 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Коммерческая деятельность в АПК

Квалификация бакалавр

Мичуринск, 2023 г.

1. Цели освоения дисциплины (модуля):

Основными целями освоения дисциплины (модуля) «Психотехнологии продажи товаров» являются:

- формирование теоретических знаний и навыков для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания.
- приобретение обучающимися практических навыков в использовании общеправовых знаний в различных сферах деятельности;
- владение навыками о способах воздействия на потенциальных потребителей товаров и услуг с целью развития у них внутренней мотивации;
- способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;
- готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

При освоении данной дисциплины учитываются трудовые функции следующих профессиональных стандартов:

- 40.053 Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 31 октября 2014 г. № 616н; регистрационный номер 864н)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психотехнологии продажи товаров» относится к Блоку 1. Дисциплины (модули) Б1.В.ДВ.06.01

Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате освоения следующих предшествующих дисциплин: «Экономическая теория», «Экономика организации».

В дальнейшем знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплины «Маркетинг», используются при изучении дисциплин «Коммерческая деятельность», «Маркетинг», «Менеджмент», «Логистика», «Мерчендайзинг», «Рекламная деятельность», выполнении контрольных работ, прохождении производственных практик (производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, производственная практика научно-исследовательская работа, производственная технологическая практика, производственная преддипломная практика) и выполнении выпускной квалификационной работы

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить трудовые функции:

Мониторинг рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (08.024 Эксперт в сфере закупок. ТФ - А/01.6)

Консультирование по закупочным процедурам (08.024 Эксперт в сфере закупок. ТФ - А/02.6)

Организация логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок (40.049 Специалист по логистике на транспорте - В/01.6)

Трудовые действия:

08.024 Эксперт в сфере закупок. ТФ - А/01.6:

Мониторинг цен на товары, работы, услуги;

Ведение учета информационных ресурсов проведения закупочных мероприятий;
 Выявление ценообразующих параметров товаров, работ, услуг;
 Анализ диапазона цен и консультирование о диапазоне цен на товары, работы, услуги;

Составление заключения по результатам проведенного анализа.

08.024 Эксперт в сфере закупок. ТФ - А/ 02.6

Составление закупочной документации;

Размещение в единой информационной системе соответствующих сведений и документов в рамках закупочной деятельности;

Осуществление проверки необходимой документации для проведения закупочной процедуры;

Осуществление мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок, проведение консультаций

40.049 Специалист по логистике на транспорте - В/01.6

Постановка целей, задач работникам подразделений, участвующим в процессе перевозки груза в цепи поставок;

Контроль выполнения операционных заданий, своевременного выполнения поручений работниками, вовлеченными в оказание логистической услуги;

Разработка эффективных схем взаимоотношений в процессе оказания логистической услуги перевозки груза в цепи поставок;

Систематизация документов, регламентирующих взаимодействие участников логистического процесса перевозки груза;

Получение и анализ информации о планируемых мероприятиях по приемке и отправке грузов, их периодичности, количественных характеристиках;

Составление графиков грузопотоков, определение способов доставки, вида транспорта;

Организация планирования услуг, этапов, сроков доставки;

Организация формирования пакета документов для отправки груза;

Контроль поступления информации о прибытии груза.

Освоение дисциплины направлено на формирование:

общекультурных компетенций:

ОК-6 – Способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности.

профессиональных компетенций:

ПК-8 – готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

Планируемые результаты обучения (показатели освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
ОК-6				
Знать: значение формирования положительного отношения к праву, закону. Знать место и роль правовых	Не знает значение формирования положительного отношения к праву, закону. Знать место и роль правовых	Понимает важность формирования положительного отношения к праву, закону. Представляет	Демонстрирует положительное отношение к праву, закону. В целом знает место и роль правовых норм в	Обнаруживает высокий уровень позитивного правового сознания, уважения к

<p>норм в регулировании общественных отношений; содержание и порядок применения правовых норм основных отраслей российского права; принципы и методы коммерческого права</p>	<p>норм в регулировании общественных отношений; содержание и порядок применения правовых норм основных отраслей российского права; принципы и методы коммерческого права</p>	<p>место и роль правовых норм в регулировании общественных отношений; содержание и порядок применения правовых норм основных отраслей российского права; принципы и методы коммерческого права</p>	<p>регулировании общественных отношений; содержание и порядок применения правовых норм основных отраслей российского права; принципы и методы коммерческого права</p>	<p>закону и правопорядку, нетерпимость к правовому нигилизму. Четко знает место и роль правовых норм в регулировании общественных отношений; содержание и порядок применения правовых норм основных отраслей российского права; принципы и методы коммерческого права</p>
<p>Уметь: прогнозировать тенденции развития российского законодательства для понимания влияния их на социально-значимые проблемы и процессы; анализировать возникающие в процессе профессиональной деятельности ситуации с учётом полученных знаний о механизме функционирования Российской правовой системы; обеспечивать</p>	<p>Не может прогнозировать тенденции развития российского законодательства для понимания влияния их на социально-значимые проблемы и процессы; анализировать возникающие в процессе профессиональной деятельности ситуации с учётом полученных знаний о механизме функционирования Российской правовой системы; обеспечивать соблюдение законодательства</p>	<p>Осознает пути развития российского законодательства; Испытывает затруднения при анализе возникающих в процессе профессиональной деятельности ситуации с учётом полученных знаний о механизме функционирования Российской правовой системы; при обеспечении соблюдения законодательства в торговой деятельности; при</p>	<p>Умеет предвидеть направления развития российского законодательства и транслировать понимание их социальной значимости; анализировать возникающие в процессе профессиональной деятельности ситуации с учётом полученных знаний о механизме функционирования Российской правовой системы; обеспечивать соблюдение законодательств</p>	<p>Способен осуществить анализ влияния развития российского законодательства на социально значимые проблемы и процессы, занимает активную позицию в данном вопросе; анализировать возникающие в процессе профессиональной деятельности ситуации с учётом полученных знаний о механизме функциониров</p>

<p>соблюдение законодательства в торговой деятельности; устанавливать факты правонарушений в торговой сфере, определять меры ответственности и наказания виновных; предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав</p>	<p>в торговой деятельности; устанавливать факты правонарушений в торговой сфере, определять меры ответственности и наказания виновных; предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав</p>	<p>установлении фактов правонарушений в торговой сфере, при определении меры ответственности и наказания виновных; при принятии необходимых мер к восстановлению нарушенных прав</p>	<p>а в торговой деятельности; устанавливать факты правонарушений в торговой сфере, определять меры ответственности и наказания виновных; предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав</p>	<p>ания Российской правовой системы обеспечивать соблюдение законодательства в торговой деятельности; устанавливать факты правонарушений в торговой сфере, определять меры ответственности и наказания виновных; предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав</p>
<p>Владеть: готовностью при необходимости совершенствоваться в области правовой регламентации своей профессиональной деятельности; навыками юридически правильной квалификации фактов и обстоятельств в различных сферах деятельности, в том числе в торговой сфере; понятийно-категориальным аппаратом и терминологией</p>	<p>Не владеет готовностью при необходимости совершенствоваться в области правовой регламентации своей профессиональной деятельности; навыками юридически правильной квалификации фактов и обстоятельств в различных сферах деятельности, в том числе в торговой сфере; понятийно-категориальным аппаратом и терминологией коммерческого права.</p>	<p>Проявляет незначительный интерес к совершенствованию знаний в области правовой регламентации своей профессиональной деятельности, испытывает сложности при анализе и обобщении изменений в нормативно-правовой базе; Слабые навыки юридически правильной квалификации фактов и обстоятельств в различных сферах</p>	<p>Осознает важность систематического приобретения и совершенствования новых знаний в области правовой регламентации своей профессиональной деятельности. Сформированные навыки юридически правильной квалификации фактов и обстоятельств в различных сферах деятельности, в том числе в торговой сфере; Владение понятийно-категориальным</p>	<p>Демонстрирует устойчивую мотивацию к правовому самообразованию для решения задач профессиональной деятельности, умеет самостоятельно и своевременно отслеживать и анализировать изменения и дополнения нормативно-правовой базы. Сформированные навыки юридически правильной квалификации фактов и обстоятельств</p>

коммерческого права.		деятельности, в том числе в торговой сфере; Слабое владение понятийно-категориальным аппаратом и терминологией коммерческого права.	аппаратом и терминологией коммерческого права.	в различных сферах деятельности, в том числе в торговой сфере; Умелое владение понятийно-категориальным аппаратом и терминологией коммерческого права.
ПК-8				
Знать: стандарты качества торгового обслуживания, особенности организации системы торгового обслуживания, систему показателей оценки качества торгового обслуживания, факторы, влияющие на интегральный показатель качества торгового обслуживания	Обнаруживает неполные знания стандартов качества торгового обслуживания, особенностей организации системы торгового обслуживания, системы показателей оценки качества торгового обслуживания, факторов, влияющих на интегральный показатель качества торгового обслуживания	Обнаруживает неполные знания стандартов качества торгового обслуживания, особенностей организации системы торгового обслуживания, системы показателей оценки качества торгового обслуживания, факторов, влияющих на интегральный показатель качества торгового обслуживания	Обнаруживает знания стандартов качества торгового обслуживания, особенностей организации системы торгового обслуживания, системы показателей оценки качества торгового обслуживания, факторов, влияющих на интегральный показатель качества торгового обслуживания	Обнаруживает глубокие знания стандартов качества торгового обслуживания, особенностей организации системы торгового обслуживания, системы показателей оценки качества торгового обслуживания, факторов, влияющих на интегральный показатель качества торгового обслуживания
Уметь: анализировать показатели качества торгового обслуживания	Не умеет анализировать, рассчитывать показатели качества торгового обслуживания	Слабо умеет анализировать, рассчитывать показатели качества торгового обслуживания	Умеет анализировать показатели качества торгового обслуживания	Умеет глубоко анализировать показатели качества торгового обслуживания
Владеть: навыками комплексной оценки качества торгового	Навыки комплексной оценки качества торгового обслуживания не	Навыки комплексной оценки качества торгового обслуживания	Владеет слабыми навыками комплексной оценки качества торгового	Навыки комплексной оценки качества торгового

обслуживания	сформированы	не сформированы	обслуживания	обслуживания сформированы
--------------	--------------	-----------------	--------------	---------------------------

По результатам изучения дисциплины (модуля) обучающиеся должны:

Знать:

- основы общеправовых знаний в различных сферах деятельности;
- алгоритмы формирования психологически эффективных рекламных аргументов и обращений для необходимого уровня качества торгового обслуживания;
- способы формирования оптимальной ценовой политики торговой организации.

Уметь:

- применять основные общеправовые знания в различных сферах деятельности;
- формировать интерьер места продажи товаров и услуг для необходимого уровня качества торгового обслуживания;
- рассчитывать оптимальный уровень цен на различные товары и услуги.

Владеть:

- навыками анализа общеправовых знаний в различных сферах деятельности;
- методами разрушения контраргументации потребителей, основами визуального прогнозирования решений клиента для необходимого уровня качества торгового обслуживания;
- навыками квалиметрической оценки эффективности рекламных аргументов и формирования эффективного внешнего облика продавца.

3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них профессиональных и общекультурных компетенций

Разделы, темы дисциплины (модуля)	Компетенции		
	ОК-6	ПК-8	Общее количество компетенций
Психологические аспекты продажи товаров и услуг	+	+	2
Теоретические и методологические основы психотехнологии продаж	+	+	2
Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей		+	1
Управление технологией продажи		+	1
Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта	+		1
Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение	+	+	2
Управление ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей		+	1

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

	Количество ак. часов
--	----------------------

Вид занятий	по очной форме обучения (8 семестр)	по заочной форме обучения (5 курс)
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем, т.ч.	30	10
Аудиторные занятия, из них	30	10
- лекции	10	4
- практические занятия	20	6
Самостоятельная работа, в т.ч.	78	98
- проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	20	26
- подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	20	24
- выполнение индивидуальных заданий	20	24
- подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	18	24
Контроль	-	4
Вид итогового контроля	зачет	зачет

4.2. Лекции

№ п/п	Раздел дисциплины (модуля), темы лекций	Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
		по очной форме обучения	по заочной форме обучения	
1.	Психологические аспекты продажи товаров и услуг (основные стадии поведения покупателей в процессе продажи товаров и услуг)	0.5	0.5	ОК-6 ПК-8
2.	Теоретические и методологические основы психотехнологии продаж (понятие психотехнологии продаж и ее роль в подготовке специалистов разного профиля для торговых организаций)	0.5	0.5	ОК-6 ПК-8
3.	Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей (цели воздействия на покупателей и условия их применения)	2	1	ПК-8
4.	Управление технологией продажи. (активные и пассивные приемы продажи)	1	0.5	ПК-8
5.	Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта (понятие о стимулировании сбыта товаров и услуг)	2	0.5	ОК-6
6.	Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение (влияние цвета на покупательское поведение) 0.5	2	0.5	ОК-6 ПК-8
7.	Управление ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей (управление ассортиментной политикой)	2	0.5	ПК-8

	торговой организации, планирование ассортимента, формирование структуры ассортимента)			
	Итого	10	4	

4.3. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем в ак. часах		Формируемые компетенции
		по очной форме обучения	по заочной форме обучения	
1.	Психологические аспекты продажи товаров и услуг.	2	0.5	ОК-6 ПК-8
2.	Теоретические и методологические основы психотехнологии продаж	2	0.5	ОК-6 ПК-8
3.	Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей.	4	1	ПК-8
4.	Управление технологией продажи.	2	1	ПК-8
5.	Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта.	4	1	ОК-6
6.	Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение	4	1	ОК-6 ПК-8
7.	Управление ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей.	2	1	ПК-8
	Итого	20	6	

4. 4. Лабораторные работы не предусмотрены

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины (модуля)	Вид самостоятельной работы	Объем ак. часов	
		по очной форме обучения	по заочной форме обучения
1. Психологические аспекты продажи товаров и услуг	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	2	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
2. Теоретические и методологические основы психотехнологии продаж	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	2
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	2	4

	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	4
3. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
4. Управление технологией продажи	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
5. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта.	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
6. Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	4	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
7. Управление ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	4	4
	Подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам, защите реферата	2	4
	Выполнение индивидуальных заданий	2	4
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	2	2
Итого		78	98

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю):

1. Серебрякова Т.В. Методические рекомендации по написанию рефератов по дисциплине «Психотехнологии продажи товаров» для студентов направлений 38.03.06 «Торговое дело» (утв. учебно-методической комиссией института экономики и управления протокол № 3 от 19 ноября 2016 г.).

2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающимися по дисциплине «Психотехнологии продажи товаров» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Коммерческая деятельность в АПК», утвержденные учебно-методическим советом университета, протокол № 10 от 26 апреля 2022 г

4.6. Выполнение контрольной работы обучающимися заочной формы обучения

Контрольная работа предназначена для углубления и расширения знаний по дисциплине «Психотехнологии продажи товаров». Обучающиеся заочной формы обучения выполняют контрольную работу самостоятельно в межсессионный период. Выполненная работа должна быть защищена студентами. Обучающиеся, не выполнившие контрольную работу, к сдаче зачета не допускаются. Работа должна быть аккуратно оформлена в рукописном или печатном виде, удобна для проверки и хранения.

Критерием положительной оценки работы является раскрытие темы и аналитический подход к решению поставленной задачи.

Вариант контрольной работы выбирается в зависимости от последней цифры в номере зачетной книжки. Обучающимся, номера зачетных книжек которых заканчиваются на 1, выбирают вариант 1 и т.д. Обучающиеся, номера зачетных книжек которых заканчиваются на 0, выбирают вариант 10.

Контрольная работа включает в себя две части. В часть А входит 1 вопрос теоретической направленности, а в часть Б - 2 практических задания (номера вопросов и заданий выбираются в соответствии с шифром). Работа должна состоять из плана, краткого введения, изложения содержания выбранной темы, выполненных практических заданий, заключения, списка использованной литературы. Все вопросы и задания должны быть раскрыты и выполнены на современном научном уровне, полно и глубоко. Только при этом условии контрольная работа может быть зачтена.

Контрольная работа должна быть правильно и эстетически хорошо оформлена.

Язык контрольной работы должен быть предельно лаконичным, иметь большую информативную насыщенность. Поскольку контрольная работа является краткой самостоятельной формой ответов обучающихся на определенные вопросы, то в ней не должны буквально воспроизводиться изученные тексты. Допускаются лишь краткие цитаты. При этом обучающийся должен обязательно сослаться на источник. Ссылки могут быть постраничные или с указанием номера и страницы источника, библиографическое описание которого дается в конце работы.

Титульный лист должен обязательно указывать реквизиты учебного заведения, наименование факультета, кафедры и дисциплины, по которым выполняется контрольная работа, номер варианта контрольной работы, номер учебной группы, номер зачетной книжки обучающийся, его фамилию, имя и отчество, а также должность, ученую степень, ученое звание, фамилию, имя, отчество преподавателя, проверяющего контрольную работу, место и год выполнения.

Общий объем контрольной работы не должен превышать 16 страниц. Текст должен быть набран в редакторе Word for windows, шрифт - Times New Roman Cyr, размер – 14, межстрочный интервал – 1.

Варианты контрольной работы

1. Классификация методов и форм продажи.
2. Активные и пассивные приемы продаж является основой общеправовых знаний в различных сферах деятельности.
3. Актуальные способы оценки эффективности рекламных аргументов.
4. Классификация возможных целей воздействия на потенциальных покупателей.
5. Мерчендайзинг, как один из основных методов стимулирования сбыта.
6. Визуальная оценка готовности клиента к совершению сделки.
7. Профессиональные качества продавца, вызывающие доверие со стороны покупателей обеспечивают необходимый уровень качества торгового обслуживания.
8. Методы стимулирования персонала и покупателей.
9. Влияние внешнего вида продавца на эффективность продаж.
10. Классификация форм и методов продажи и моделирование оптимальных условий из реализации, обеспечивают необходимый уровень качества торгового обслуживания.
11. Основные типы покупателей, их характеристики и оценка
12. Принципы формирования экстерьера и интерьера мест продажи.
13. Влияние динамики цен на объемы реализации товаров и услуг.
14. Принципы проектирования оптимальных систем оплаты труда продавцов.
15. Генерирование показателей качества торгового обслуживания населения в зависимости от текущей ситуации продажи.
16. Место психотехнологии продаж в системе научных методов в использовании основ общеправовых знаний в различных сферах деятельности.
17. Нематериальное стимулирование трудовой деятельности продавцов
18. Психологическое ценообразование, связь цены и качества
19. Рекламный аргумент: способы его создания и оценка эффективности альтернативных вариантов.
20. Освещение мест продажи и покупательная активность.
21. Классификация основных стадий процесса продажи с использованием основ общеправовых знаний в различных сферах деятельности.
22. Мотивы покупок и условия их проявления.
23. Основные варианты расчета оптимальных цен и условия их применения.
24. Качество торгового обслуживания и методы его оценки.
25. Использование IT-технологий продажи. Их положительные и отрицательные стороны.
26. Системный подход к проблеме стимулирования сбыта.
27. Культура торгового обслуживания и методы ее оценки.
28. Неэтичные методы стимулирования продажи товаров и услуг.
29. Способы использования общеправовых знаний в различных сферах деятельности.
30. Управление ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей
31. Превентивные и актуальные методы оценки эффективности рекламных аргументов и сообщений обеспечивающий необходимый уровень качества торгового обслуживания.
32. Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы способствуют использованию общеправовых знаний в различных сферах деятельности.
33. Управление ценообразованием с учетом факторов влияющих на принятие управленческих решений
34. Принципы выбора цветовых решений при оформлении пола, стен и потолка торгового зала для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания.
35. Влияние цвета и запаха на эффективность продажи.
36. Кросс-культурные особенности восприятия рекламных аргументов.
37. Методы тестирования структуры личности продавца.

38. Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними для необходимого уровня качества торгового обслуживания

4.7. Содержание разделов (тем) дисциплины (модуля)

Тема 1. Психологические аспекты продажи товаров и услуг

Основные стадии поведения покупателей в процессе продажи товаров и услуг. Основные этапы этих стадий и их логическая взаимосвязь. Способы прямого и косвенного воздействия на клиентов на каждом этапе и ситуационные условия их применения. Использование общеправовых знаний в различных сферах деятельности

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

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

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

Стрессы в работе продавца и методы их элиминирования. Психогигиена стресса и ее основные медикаментозные и немедикаментозные методы.

Тема 2. Теоретические и методологические основы психотехнологии продаж

Понятие психотехнологии продаж и ее роль в подготовке специалистов для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания. Место психотехнологии продаж в системе научных методов. Виды психотехнологий продаж. Роль психологии для достижения эффективности различных видов продаж с использованием общеправовых знаний в различных сферах деятельности.

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

Цели воздействия на покупателей и условия их применения общеправовых знаний в различных сферах деятельности. Прямые и косвенные цели, их сравнительная эффективность.

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

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

Тема 4. Управление технологией продажи

Активные и пассивные приемы продажи. Классификация форм и методов продажи и моделирование оптимальных условий из реализации для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания.

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

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

Планировка мест продажи и пространственное размещение товаров и услуг. Способы оптимизации этого процесса. Основные приемы использования общеправовых знаний в различных сферах деятельности.

Тема 5. Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта

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

Экономическое стимулирование сбыта: как общеправовые знания в различных сферах деятельности. Условия их применения. Способы расчета оптимальных размеров скидок с цены, бонусов, подарков и т.п.

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

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

Тема 6. Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение.

Принципы выбора цветовых решений при оформлении пола, стен и потолка торгового зала для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания. Влияние цвета на покупательское поведение как способ использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах. Общие правила цветового оформления интерьера торговой организации стимулирующие сбыт товаров и услуг. Факторы, влияющие на выбор мебели и оборудования для торгового зала.

Тема 7. Управление ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей.

Управление ассортиментной политикой торговой организации, планирование ассортимента, формирование структуры ассортимента как основа экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах. Принципы управления ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей на примере конкретной торговой точки. Способы и методы обеспечивающие необходимый уровень качества торгового обслуживания.

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно- семинарского и квазипрофессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности и мультимедийных учебных материалов.

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	интерактивная форма - презентации с использованием мультимедийных средств с последующим обсуждением материалов (лекция – визуализация)
Практические занятия	сочетание традиционной и интерактивной форм обучения
Самостоятельная работа	сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям и тестированию) и интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых исследовательских проектов)

6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов, эссе по актуальной проблематике, оценки ответов обучающегося на коллоквиумах – рефераты, коллоквиум и эссе; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета – теоретические вопросы, контролирующие теоретическое содержание учебного материала, задание контролирующие практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ООП данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Психотехнология продажи товаров».

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) «Психотехнологии продажи товаров»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Контролируемые компетенции	Оценочные средства	
			Наименование	Кол-во
1.	Психологические аспекты продажи товаров и услуг	ОК-6; ПК-8	Тестовые задания	15
			Реферат	4
			Вопросы для контрольной работы	5
			Вопросы для коллоквиума	7
			Вопросы для зачета	15
2.	Теоретические и методологические основы психотехнологии продаж	ОК-6; ПК-8	Тестовые задания	10
			Реферат	10
			Вопросы для контрольной работы	6
			Вопросы для зачета	8
3.	Методы прямого и косвенного	ПК-8	Тестовые задания	17

	воздействия на покупательское поведение потребителей		Реферат Вопросы для контрольной работы Вопросы для коллоквиума Вопросы для зачета	6 5 6 13
4.	Управление технологией продажи	ПК-8	Тестовые задания Реферат Вопросы для контрольной работы Вопросы для зачета	18 8 6 7
5.	Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта	ОК-6	Тестовые задания Реферат Вопросы для контрольной работы Вопросы для зачета	15 7 5 7
6.	Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение.	ОК-6; ПК-8	Тестовые задания Реферат Вопросы для контрольной работы Вопросы для зачета	15 8 5 5
7.	Управление ассортиментом с учетом психосоциального поведения покупателей.	ПК-8	Тестовые задания Реферат Вопросы для контрольной работы Вопросы для коллоквиума Вопросы для зачета	10 7 6 9 5

6.2. Перечень вопросов для зачета

1. Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения. (ОК-6)
2. Актуальные способы оценки эффективности рекламных аргументов. (ОК-6)
3. Визуальная оценка готовности клиента к совершению сделки. (ОК-6)
4. Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы способствуют использовать основы общеправовых знаний в различных сферах деятельности для необходимого уровня качества торгового обслуживания. (ПК-8)
5. Влияние внешнего вида продавца на эффективность продаж. (ПК-8)
6. Влияние динамики цен на объемы реализации товаров и услуг. (ОК-6, ПК-8)
7. Влияние цвета и запаха на эффективность продажи. (ОК-6)

8. Генерирование показателей качества торгового обслуживания населения в зависимости от текущей ситуации продажи. (ОК-6, ПК-8)
9. Использование IT-технологий продажи. Их положительные и отрицательные стороны. (ОК-6)
10. Качество торгового обслуживания и методы его оценки. (ОК-6)
11. Классификация возможных целей воздействия на потенциальных покупателей. (ПК-8)
12. Классификация методов и форм продажи. (ОК-6)
13. Классификация основных стадий процесса продажи. (ОК-6)
14. Кросскультурные особенности восприятия рекламных аргументов. (ОК-6, ПК-8)
15. Использование общеправовых знаний в различных сферах деятельности для культуры торгового обслуживания и методов их оценки. (ОК-6)
16. Управление ассортиментной политикой торговой организации, планирование ассортимента, формирование структуры ассортимента как основа экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах. (ПК-8)
17. Методы тестирования структуры личности продавца. (ОК-6)
18. Мотивы покупок и условия их проявления. (ПК-8)
19. Нематериальное стимулирование трудовой деятельности продавцов (ОК-6, ПК-8)
20. Неэтичные методы стимулирования продажи товаров и услуг. (ОК-6)
21. Освещение мест продажи и покупательная активность. (ОК-6)
22. Основные варианты расчета оптимальных цен и условия их применения. (ОК-6, ПК-8)
23. Основные способы устного предложения и условия их применения. (ПК-8)
24. Особенности применения метода продажи на дому у покупателей. (ОК-6, ПК-8)
25. Особенности применения метода продажи по образцам. (ОК-6)
26. Особенности применения метода продажи по предварительным заказам. (ОК-6, ПК-8)
27. Особенности применения метода продажи с открытой выкладкой. (ОК-6)
28. Особенности применения метода продажи с самообслуживанием. (ОК-6)
29. Особенности применения метода продажи через автоматы. (ОК-6)
30. Особенности стимулирования труда продавцов разных менталитетных типов. (ПК-8)
31. Принципы выбора цветовых решений при оформлении пола, стен и потолка торгового зала для обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания. (ОК-6)
32. Послепокупочный диссонанс и способы его преодоления. (ОК-6)
33. Превентивные способы оценки эффективности рекламных аргументов. (ОК-6, ПК-8)
34. Предмет и содержание курса «Управление продажей товаров и услуг». (ОК-6; ПК-8)
35. Принципы проектирования оптимальных систем оплаты труда продавцов. (ОК-6, ПК-8)
36. Принципы размещения товаров и услуг в местах их продажи. (ОК-6, ПК-8)
37. Принципы составления торгового письма. (ПК-8)
38. Принципы формирования интерьера мест продажи. (ОК-6)
39. Принципы формирования экстерьера мест продажи. (ОК-6)
40. Психологические типы покупателей и их визуальные характеристики. (ОК-6, ПК-8)
41. Рекламный аргумент: способы его создания и оценка эффективности альтернативных вариантов. (ОК-6)

42. Составление сметы затрат на стимулирование сбыта товаров и услуг. Принципы контроля расходов. (ОК-6)
43. Способы планировки мест продажи и условия их применения. (ОК-6)
44. Способы повышения психологического воздействия цен на поведение покупателей. (ОК-6)
45. Способы повышения эффективности видеорекламных аргументов. (ПК-8)
46. Способы повышения эффективности печатных рекламных аргументов. (ОК-6, ПК-8)
47. Способы повышения эффективности устных рекламных аргументов. (ОК-6, ПК-8)
48. Стадии деловой беседы в процессе продажи товаров и услуг. (ПК-8)
49. Структура личности продавца и ее влияние на эффективность его трудовой деятельности. (ОК-6)
50. Требования к внешним данным продавца. (ПК-8)
51. Формы оплаты труда продавцов и их влияние на интенсивность, и качество торгового обслуживания. (ОК-6, ПК-8)
52. Характеристика стадии восприятия и ее основные этапы. (ОК-6, ПК-8)
53. Характеристика стадии мотивации и ее основные этапы. (ОК-6, ПК-8)
54. Способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности. (ОК-6)
55. Характеристика стадии познания и ее основные этапы. (ПК-8)
56. Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение. (ОК-6, ПК-8)
57. Ценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения. (ОК-6, ПК-8)
58. Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними. (ПК-8)
59. Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними для необходимого уровня качества торгового обслуживания. (ОК-6, ПК-8)
60. Экспресс-оценка мотивов совершения покупки. (ОК-6, ПК-8)

6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина имеет итоговый рейтинг -100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного – (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол-во баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) «зачтено»	- полное знание учебного материала из разных разделов дисциплины с раскрытием сущности; - умение ясно, обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания; - грамотное владение основными методами и приемами правового регулирования отношений. На этом уровне обучающийся способен использовать основы экономических знаний	тестовые задания (30-40 баллов); компетентностно-ориентированные задания (16-20 баллов); реферат, задачи повышенной сложности (7-10 баллов);

	при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	вопросы к экзамену (22-30 баллов).
Базовый (50 -74 балла) – «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - знание основных теоретических и методических положений по изученному материалу; - умение обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания; - владение основными психологическими терминами; <p>На этом уровне обучающимся используется комбинирование известных алгоритмов и приемов деятельности, эвристическое мышление. Не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, но испытывает затруднения с иными формулировками задаваемого вопроса;</p>	<p>тестовые задания (20-30 баллов);</p> <p>компетентностно-ориентированные задания (9-15 баллов);</p> <p>реферат, задачи повышенной сложности (5-7 баллов);</p> <p>вопросы к экзамену (16-22 балл)</p>
Пороговый (35 - 49 баллов) – «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - поверхностное знание основных теоретических и методических положений по изученному материалу; - умение обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания; - выполнение составлять процессуальные документы; <p>На этом уровне обучающийся способен по памяти воспроизводить ранее усвоенную информацию. Допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических занятий.</p>	<p>тестовые задания (14-19 баллов);</p> <p>компетентностно-ориентированные задания (8 баллов);</p> <p>реферат, задачи повышенной сложности (3-7 балла);</p> <p>вопросы к экзамену (10-15 баллов).</p>
Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - незнание терминологии дисциплины; - приблизительное представление о предмете и методах дисциплины; отрывочное, без логической последовательности изложение информации, косвенным образом затрагивающей некоторые аспекты программного материала; - не владение основными психологическими терминами; - не владение готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания. <p>На этом уровне обучающийся не способен самостоятельно, без помощи извне, воспроизводить и применять полученную информацию. Не умеет даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы</p>	<p>тестовые задания (0-13 баллов);</p> <p>компетентностно-ориентированные задания (0-7 баллов);</p> <p>реферат, задачи повышенной сложности (0-5 балла);</p> <p>вопросы к экзамену (0-9 баллов).</p>

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,

характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Основная учебная литература

1. Алешина И.В. Поведение потребителей. – М.: Экономистъ, 2012. Издательство Юрайт, 2022. – 179 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00205-8.
2. Кондрашов В.М. Управление продажами. М.: ЮНИТИ, 2014.: Издательство Юрайт, 2022. – 288 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02811-9.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Безрукова Е.А., Сысоева С.В. Мерчандайзинг. - СПб: ПИТЕР, 2014.
2. Безрукова Е.А., Сысоева С.Е. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. СПб: ПИТЕР, 2014.
3. Джефф К. Секреты продаж. /Пер. с англ. – М.: Претекст, 2013.
4. Комкова Е.А. Товарный профиль и управление закупками в рознице. – СПб.: ПИТЕР, 2013.
5. Норка Д.И. Управление отделом продаж, стратегии и тактика успеха. – М.: ГроссМЕДИА, 2013.
6. Офицеров П.Ю. Техника и методика эффективных продаж. – М.: Речь, 2014.
7. Разов Г.А. техники продаж и ведения переговоров с клиентами. – М.: Речь, 2014.
8. Рысев Н.Ю. Активные продажи. СПб: ПИТЕР, 2008.
9. Рэхэм Н. СПИН-продажи. Практическое руководство. /Пер. с англ. - М.: ГИППО, 2011.
10. Снайдер Т. Киннс К. СПИН-продажи. /Пер. с англ. - М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2011.
11. Солтицкая Т.А. Тренинг продаж. – СПб: Изд-во Высшая школа менеджмента, 2010.
12. Ткаченко Д.В., Горбачев М.А. Откат – особая техника клиентской аттракции. – М.: Вершина, 2013.
13. Ткаченко Д.В., Горбачев М.Н. Как провести тренинг продаж. – М.: Вершина, 2013.
14. Тургунов М. Восточный продавец: искусство продаж. – М.: Феникс, 2010
15. Литвинюк А.А. УМК Психотехнологии продажи товаров и услуг. – М.: 2014.

7.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Веб-сайт словарей издательства Longman. Электронный ресурс - Режим доступа: www.longman.com/dictionaries/
2. Веб-сайт компьютерных словарей Электронный ресурс - Режим доступа: // www.dictionary.com
3. Открытый корпус Электронный ресурс /Проект «Открытый корпус» (OpenCorpora) - Режим доступа: // <http://opencorpora.org>
4. Словари и энциклопедии Электронный ресурс - Режим доступа: www.academic.ru; www.slovari.ru
5. Энциклопедия психологии Электронный ресурс - Режим доступа: <http://lingvisto.org>

7.4. Методические указания по освоению дисциплины

1. Серебрякова Т.В.. Методические рекомендации для практических занятий и самостоятельной работы по дисциплине «Психотехнология продажи товаров» по направлению 38.03.07 «Торговое дело» (утв. учебно-методической комиссией института экономики и управления протокол №3 от 19 ноября 2016 г.). Мичуринск: Изд-во МичГАУ, 2016. - 50 с.

7.5 Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.5.1 Электронно-библиотечная системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг от 10.03.2020 № ЭБ СУ 437/20/25 (Сетевая электронная библиотека)

2. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 03.04.2023 № 1)

3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ООО «Издательство Лань» от 06.04.2023 № 2)

4. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 07.04.2023 № б/н)

5. Электронно-библиотечная система «AgriLib» ФГБОУ ВО РГАЗУ (<http://ebs.rgazu.ru/>) (дополнительное соглашение на предоставление доступа от 13.04.2023 № б/н к Лицензионному договору от 04.07.2013 № 27)

6. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: Коллекции «Базовый массив» и «Колос-с. Сельское хозяйство» (<https://rucont.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа от 04.04.2023 № 2702/бп22)

7. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 06.04.2023 № 6)

8. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25)

9. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>)

(договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 01.08.2018 № 101/НЭБ/4712)

10. Соглашение о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» (<https://www.tambovlib.ru>) (соглашение о сотрудничестве от 16.09.2021 № б/н)

7.5.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 03.02.2023 № 11481 /13900/ЭС)

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 22.12.2022 № 194-01/2023)

7.5.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 11.07.2022 № 530/2022)

2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

7.5.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?phrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 06.07.2022 № б/н, срок действия: с 22.11.2022 по 22.11.2023
Мой Офис Стандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?phrase_id=269844	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819

	(myoffice.ru)				000012 срок действия: бессрочно
	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiatus.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?phrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 17.04.2023 № 6627, срок действия: с 17.04.2023 по 16.04.2024
	AcrobatReader - просмотр документов PDF, DjVU	AdobeSystems	Свободно распространяемое	-	-
	FoxitReader - просмотр документов PDF, DjVU	FoxitCorporation	Свободно распространяемое	-	-

7.5.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOwiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

7.5.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Виртуальная доска Padlet: <https://ru.padlet.com>
5. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
6. Сервисы опросов: Яндекс Формы, MyQuiz
7. Сервисы видеосвязи: Яндекс телемост, Webinar.ru
8. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.5.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Лекции Практические занятия	ПК-8 ОК-6

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебная аудитория для	1.Ноутбук Asus K50AF	1.Microsoft Windows XP, 7, Mi-
-----------------------	----------------------	--------------------------------

<p>проведения занятий лекционного типа (ул. Интернациональная, д. 101 – 1/303)</p>	<p>M600/3G500/Gb (инв. № 2101045176). 2.Проектор Acer X113PH SVG/DLP/3D/3000 Lm/1300:1/HDMI/10000 Hrs2.5kg (инв. № 21013400768). 3.Экран настенный Digis Optimal-C формат 1:1 (200*200) MW DSOS-1103. (инв. № 21013400766). Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>crosoft Office 2003, 2010 (Лицензия № 49413124 от 31.12.2013). 2.Ассоциация менеджеров/ http: www.amr.ru. ый союз России / http: .apsg.ru</p>
<p>Центр (класс) деловых игр (компьютерный класс) (ул. Интернациональная, д. 101 – 2/48)</p>	<p>1. Проектор Acer X113H (инв. №21013400641). 2. Экран на штативе Lumien Eco View с возможностью настенного крепления инв. №21013400642). 3. Компьютер Intel Original LGA 1155, мат плата Asus P8H61-M LX3. 4. Монитор 20” (инв. №21013400500, 21013400490, 21013400488, 21013400438, 21013400436, 21013400435, 21013400434, 21013400430). 5. Компьютер Celeron (инв. №2101045305). 6. Компьютер C-1100 (инв.№2101041628). 7. Компьютер Core 2 Duo (инв.№ 2101045341). 8. Компьютер AMD Athlon 64*2 4400 (инв.№ 41013400762). 9. Компьютер Pentium (инв.№ 2101041619). 10. Компьютер P-433 C (инв.№ 2101041103). 11. Компьютер C-700 (инв.№ 1101043216). Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>1.Project Expert 7 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 2.Statistica Ultimate (контракт от 07.05.2018 № 0364100000818000014) 3.Audit Expert 4 Professional (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06). 4.Справочно-правовая система «Гарант» (договор № 194 – 01/2018СД от 09.01.2018). 5.Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (договор № 9012 /13900/ЭС от 20.02.2018).</p>
<p>Учебная аудитория для</p>	<p>1. Ноутбук</p>	<p>1. Microsoft Windows XP, 7, Mi-</p>

<p>проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (ул. Интернациональная, д. 101 – 2/50)</p>	<p>(инв.№1101047129). 2. Проектор Acer X113N (инв. №21013400641). 3. Экран на штативе Lumien Eco View с возможностью настенного крепления инв. №21013400642). Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>crosoft Office 2003, 2010 (Лицензия от 31.12.2013 № 49413124). 2 .Психологическое тестирование личности (теория и практика) - (накладная от 25.12.2003 г.). 3. Компьютерная программа к психологическому тесту СМИЛ (накладная от 25.12.2003 г.). 4. Компьютерная программа к психологическому тесту ИТО (Типология)-(накладная от 25.12.2003 г.). 5. Компьютерная программа к психологическому тесту Айзенка – Горбова (накладная от 25.12.2003 г.). 6. Компьютерная программа к психологическому тесту Шмишека (накладная от 25.12.2003 г.). 7. Цветовой тест Люшера. Кабинетный вариант (Договор №75 от 09.03.2016 г.). 8. Факторный личностный опросник Кеттелла (взрослый). Кабинетный вариант (Договор №75 от 09.03.2016 г.). 9. Фрустрационный тест Розенцвейга (взрослый). Кабинетный вариант (Договор №75 от 09.03.2016 г.). 10. Тест структуры интеллекта Р. Амтхауэра. Кабинетный вариант (Договор №75 от 09.03.2016 г.). 11. Тест Дж. Гилфорда и М. Салливен. Диагностика интеллектуальных и творческих способностей. Кабинетный вариант (Договор №75 от 09.03.2016 г.).</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы (ул. Интернациональная, д. 101 – 1/210)</p>	<p>1. Шкаф канцелярский (инв. № 2101062853). 2. Шкаф канцелярский (инв. № 2101062852). 3. Холодильник Стинол (инв. № 2101040880). 4. Принтер HP-1100 (инв. №2101041634). 5. Принтер HP Laser Jet 1200 (инв. №1101047381).</p>	<p>1. Microsoft Windows XP, 7, Microsoft Office 2003, 2010 (Лицензия от 31.12.2013 № 49413124). 2. Система Консультант Плюс (договор от 10.03.2017 № 7844/13900/ЭС, договор поставки и сопровождения экземпляров № 9012 /13900/ЭС от 20.02.2018).</p>

	<p>6. Принтер Canon (инв. №2101045032).</p> <p>7. МФУ Canon i-Sensys (инв. №41013400760).</p> <p>8. Системный комплект (инв. №21013400429).</p> <p>9. Ноутбук Hewlett Packard (инв.№21013400617).</p> <p>10. Доска класная+маркер (инв.№ 1101063872).</p> <p>11. Компьютер (инв.№41013401070).</p> <p>12. Компьютер (инв.№41013401082).</p> <p>13. Компьютер Celeron E 3300 (инв.№2101045217).</p> <p>14. Компьютер Celeron E 3300 (инв.№1101047398).</p> <p>15. Компьютер Dual Core (инв.№2101045268).</p> <p>16. Компьютер OLDI 310 КД (инв.№2101045044).</p> <p>17. Кондиционер LG (инв. №1101043294).</p> <p>18. Копировальный аппарат Kyocera Mita TASKalfa 180 (инв.№ 21013400369).</p> <p>Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета.</p>	<p>3. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор от 27.12.2016 № 154-01/17, договор на услуги по сопровождению № 194 – 01/2018СД от 09.01.2018).</p> <p>4. ПО «Антиплагиат.ВУЗ» (договор №193 от 21.03.2018г.)</p> <p>5. АО «Антиплагиат» (договор №193-1 от 10.05.2018г.).</p> <p>6. Профессиональная база данных: Ассоциация российских банков (http://www.arb.ru), Ассоциация региональных банков России (http://www.asros.ru). Всероссийский профессиональный союз работников аудиторских, оценочных, экспертных и консалтинговых организаций (http://www.profsro.ru). Профессиональный союз негосударственной сферы безопасности (http://profnsb.ru).</p>
--	---	--

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Психотехнологии продажи товаров» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1334 от 12 ноября 2015 г.

Автор: профессор кафедры экономической безопасности и права,



Шимко Е.А.

Рецензент: доцент кафедры экономики и коммерции, к.э.н.



Климентова Э.А.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры правового обеспечения протокол № 9 от «26» мая 2015 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол № 10 от «23» июня 2015 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО
Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры правового обеспечения протокол № 12 от «22» июня 2016 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол № 1 от «30» августа 2016 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры правового обеспечения протокол № 9 от «16 апреля» 2017 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол № 9 от «18» апреля 2017 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол № 8 от 20 апреля 2017 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права протокол № 8 от 16 апреля 2018 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ протокол № 9 от «18» апреля 2018 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета протокол № 10 от 26 апреля 2018 г.

Программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права, протокол № 9 от «22» апреля 2019 г.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «23» апреля 2019 г.

Программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «25» апреля 2019 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права, протокол № 9 от «18» апреля 2022 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления Мичуринского ГАУ, протокол № 8 от «19» апреля 2022 г.

Рабочая программа утверждена Решением Учебно-методического совета университета, протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.

Рабочая программа переработана и дополнена в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономической безопасности и права, протокол № 11 от «9» июня 2023 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ. Протокол № 10 от «20» июня 2023 г.

Рабочая программа утверждена решением Учебно-методического совета университета протокол № 10 от 22 июня 2023 г.