

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 29.04.2021 14:44:46
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f414bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования
“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.Б.23 «ЭФФЕКТИВНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ И ПРОДАЖИ»

Для направления подготовки:

54.03.01 “Дизайн”

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

Виды профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая

Проектная

Профиль:

Менеджмент в дизайн-бизнесе


Форма обучения:

(очная, очно-заочная)

Москва – 2020

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«04» марта 2020 г.



(подпись)

/А.Н. Толкачев /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1004 от 11.08.2016г.

СОГЛАСОВАНО:


Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой разработчика РПД



(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 7 от «06» марта 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Эффективные переговоры и продажи» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». Преподавание этой дисциплины осуществляется на четвертом курсе в седьмом семестре по очной форме обучения и в восьмом семестре по очно-заочной форме обучения. Дисциплина «Эффективные переговоры и продажи» является необходимым элементом профессиональной подготовки менеджеров в сфере дизайна.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются. При изучении данного курса могут использоваться знания и умения, полученные при освоении предшествующих дисциплин, таких как: «Деловые коммуникации», «Маркетинговые коммуникации», «Управление отношениями с клиентами (CRM)».

Цель дисциплины – овладение студентами системой методологических и организационных действий, направленных на изучение социальных объектов и процессов в коммерции.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов как будущих пользователей результатов исследований (заказчиков) представления о правилах и приемах проведения исследований коммерческих объектов, с тем чтобы они могли достаточно компетентно оценивать качество полученной информации и грамотно ее использовать;
- сформировать у студентов как будущих исполнителей исследований исходную теоретико-прикладную базу для дальнейшего развития исследовательских навыков;
- сформировать у студентов практические навыки и подходы к применению техник переговоров и продаж.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-11).

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
<p>ОК-5 Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации; - особенности современного информационного поля делового общения <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять способы передачи и приема информации, анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по их эффективности <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками, необходимыми для осуществления эффективной деловой коммуникации в практической деятельности
<p>ОК-6 Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание, элементы и этапы коммуникационного процесса, условия эффективного речевого воздействия; - значение организационных коммуникаций в функционировании организации; - этические нормы и принципы делового взаимодействия <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять техники эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером; - методами формирования и поддержания этичного климата в организации; - навыками этикета делового общения <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения техник эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером
<p>ОК-11 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - техники работы с возражениями; - техники противодействия манипулированию в ходе переговорного процесса <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с возражениями; - противодействовать манипулированию в ходе переговорного процесса <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками отработки возражений в различных ситуациях в ходе переговорного процесса; - навыками защиты от манипуляций

Формы контроля:

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов может проводиться в форме контрольной работы, содержащей открытые вопросы, тестовые задания и задачи по темам учебной дисциплины, подготовки студентами презентаций, в ходе проведения деловых игр, дискуссий;

- *промежуточная аттестация (ПА)* – проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

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

В процессе освоения дисциплины «Эффективные переговоры и продажи» используются как классические методы обучения (лекция), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств обучающихся и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:

активные формы обучения:

- практические занятия;

интерактивные формы обучения:

- ситуационный анализ

Общая трудоемкость дисциплины «Эффективные переговоры и продажи» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
Аудиторные занятия (всего)	36	26
В том числе:		
Лекции	18	8
Практические занятия	18	18
Семинары	х	х
Лабораторные работы	х	х
Самостоятельная работа (всего)	72	82
Промежуточная аттестация, в том числе:		
Вид	Зачет – 7 семестр	Зачет – 8 семестр
Трудоемкость (час.)		
Общая трудоемкость ЗЕТ / часов	3 ЗЕТ / 108 часов	3 ЗЕТ / 108 часов

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

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)				формирование компетенции	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Аудиторная	Активные занятия	Интерактивные занятия		

			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии	Тренинг		
Очная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Роль переговоров в работе менеджера.	3	12		1					ОК-5 ОК-6 ОК-11	
Тема 2. Подготовка переговоров.	3	12		1	2				ОК-5 ОК-6 ОК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>
Второй этап формирования компетенции										
Тема 3. Техника создания коммуникационного поля.	3	12		1					ОК-5 ОК-6 ОК-11	
Тема 4. Манипулирование в переговорах.	3	12		1	2				ОК-5 ОК-6 ОК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Кейс</i>
Третий этап формирования компетенции										
Тема 5. Продажи в системе маркетинга.	3	12		1					ОК-5 ОК-6 ОК-11	
Тема 6. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж.	3	12		1	2				ОК-5 ОК-6 ОК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>
Всего:	18	72		12	6					
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	108									Зачет
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	3									
Очно-заочная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Роль переговоров в работе менеджера.	1	13		1					ОК-5 ОК-6 ОК-11	
Тема 2. Подготовка переговоров.	1	14		2					ОК-5 ОК-6 ОК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>
Второй этап формирования компетенции										
Тема 3. Техника создания коммуникационного поля.	1	13		1					ОК-5 ОК-6 ОК-11	

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)								Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии	Тренинг		
Тема 4. Манипулирование в переговорах.	1	14		1	2				OK-5 OK-6 OK-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Кейс</i>
Третий этап формирования компетенции										
Тема 5. Продажи в системе маркетинга.	2	14		1					OK-5 OK-6 OK-11	
Тема 6. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж.	2	14		2	2				OK-5 OK-6 OK-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>
Всего:	8	82		14	4					
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	108									Зачет
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	3									

Содержание тем учебной дисциплины

Тема 1. Роль переговоров в работе менеджера

Деловые переговоры и их роль в управлении организацией. Предмет и метод деловых переговоров. Дерево целей в подготовке и проведении деловых переговоров. Объекты и основные понятия искусства деловых переговоров: потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок, интерес, атмосфера, контекст. Виды переговоров. Управление переговорами. Основные участники переговоров.

Тема 2. Подготовка переговоров

Переговорщик: компетенции, навыки. Преимущество креативного переговорщика перед традиционным. Личностные качества (Softskills) и профессиональные качества (Hardskills). Этапы ведения деловых переговоров. Подготовительный этап. Этап первоначального позиционирования. Поисковый этап. Финальный этап – принятие решения. Виды деловых переговоров.

Тема 3. Техника создания коммуникационного поля

Управление переговорами. Подход создания коммуникационного поля. Коммуникационные эффекты. Ситуация. Выбор ситуации с постановки целей, определения факторов воздействия и применения технологий. Факторы воздействия:

(рациональный (контекст) и эмоциональный (атмосфера). Стратегия. Реакция, прием, способ, стиль. Метод SMART в создании цели.

Тема 4. Манипулирование в переговорах

Манипулирование и его виды. Ситуация оппонента по переговорам и вербальная реакция на манипулирование: отказ, нападение, невнимание со стороны партнеров. Раскодирование. Выбор оптимальных реакций и скорость их применения. Комплекс правил, в рамках которых проходит переговорный процесс, обеспечивающий защиту от манипулирования.

Тема 5. Продажи в системе маркетинга.

Экономическая сущность и содержание продаж в системе маркетинга. Виды и типы продаж. Цикл продаж товарной продукции. Основные типы коммерческих задач и категории менеджеров по продажам. Классификация продавцов в зависимости от установки на процесс продажи. Особенности продаж на промышленном и розничном рынках. Содержание процесса управления продажами.

Тема 6. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж.

Типы технологий продаж: обслуживание, агрессивное продвижение товара, спекулятивная продажа, консультативная продажа. Психологические основы и применение технологии «Клиент-Эксперт». Презентационная и коммуникативная стратегии мотивирования покупателя. Стартовые ситуации в процессе продажи. Управление взаимоотношениями с клиентами.

Практические занятия

№ п/п	№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
1.	Тема 1. Роль переговоров в работе менеджера.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Деловые переговоры и их роль в управлении организацией. 2. Дерево целей в подготовке и проведении деловых переговоров. 3. Управление переговорами. 4. Основные участники переговоров 	Ситуационный анализ
2.	Тема 2. Подготовка переговоров.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Переговорщик: компетенции, навыки. 2. Преимущество креативного переговорщика перед традиционным. 3. Этапы ведения деловых переговоров. 4. Виды деловых переговоров. 	Ситуационный анализ
3.	Тема 3. Техника создания коммуникационного поля.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подход создания коммуникационного поля. 2. Коммуникационные эффекты. 3. Факторы воздействия: (рациональный (контекст) и эмоциональный (атмосфера)). 4. Метод SMART в создании цели. 	Ситуационный анализ
4.	Тема 4. Манипулирование в переговорах.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Манипулирование и его виды. 2. Ситуация оппонента по переговорам и вербальная реакция на манипулирование. 3. Выбор оптимальных реакций и скорость их применения. 4. Защита от манипулирования. 	Ситуационный анализ
5.	Тема 5. Продажи в системе маркетинга.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды и типы продаж. 2. Цикл продаж товарной продукции. 	Ситуационный анализ

		3. Основные типы коммерческих задач и категории менеджеров по продажам. 4. Содержание процесса управления продажами.	
6.	Тема 6. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж.	1. Типы технологий продаж. 2. Психологические основы и применение технологии «Клиент-Эксперт». 3. Презентационная и коммуникативная стратегии мотивирования покупателя. 4. Управление взаимоотношениями с клиентами.	Ситуационный анализ

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

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «Управленская экономика», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru и библиотеке Института.

1. Джоббер Д., Ланкастер Д. Продажи и управление продажами = SELLING & SALES MANAGEMENT: учебное пособие - Москва: Юнити, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114548
2. Иванова С. В. 50 советов по рекрутингу: практическое пособие - Москва: Альпина Паблишер, 2016.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229800
3. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие - Москва: Юнити, 2012.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118749
4. Маличевский В. Переговоры без страха и тревог: практическое пособие - Киев: Мультимедийное Издательство Стрельбицкого, 2013.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=234571

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенции ОК-5, ОК-6, ОК-11 формируются в 7 семестре учебного года по очной форме обучения и в 8 семестре учебного года по очно-заочной форме обучения на четвертом этапе освоения образовательной программы (ОПОП).

В рамках учебной дисциплины «Эффективные переговоры и продажи» выделяются три этапа формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы обучающихся с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1 Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОК-5 Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Этап 1: Темы: 1-2	типы и виды коммуникаций; специфику и основные задачи деловой коммуникации; модели поведения в процессе деловой коммуникации	распознавать и анализировать модели поведения в процессе деловой коммуникации	умениями и навыками, определяющими коммуникативную компетентность и коммуникативную культуру в деловом общении
	Этап 2: Темы 3-4	содержание, элементы и этапы коммуникационного процесса; условия эффективного речевого воздействия;	применять способы передачи и приема информации; анализировать коммуникационные процессы в организации	приемами устранения барьеров в процессе деловой коммуникации

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
	Этап 3: Темы 5-6	вербальные и невербальные средства коммуникации; стили и виды слушания	применять вербальные и невербальные средства в деловой коммуникации; применять приемы эффективного слушания	навыками делового взаимодействия с помощью вербальных и невербальных средств общения
ОК-6 Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Этап 1: Темы: 1-2	этапы и правила проведения деловой беседы; особенности ведения деловой дискуссии; правила телефонного общения; правила подготовки и проведения совещания, психологическую основу и языковые средства публичного выступления; основы организации, стратегию и стиль ведения деловых переговоров; специфику, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации	организовать подготовку и проведение деловой беседы; проводить совещание, презентации; организовать публичное выступление; организовать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; использовать стандартные языковые формулы (клише) в деловых письменных коммуникациях	коммуникативными навыками взаимодействия в деловой беседе; навыками ведения совещания; навыками публичного выступления; навыками применения техник эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером; навыками составления документов внутренней и внешней переписки, навыками логически верного, аргументированного и ясного построения письменной речи
	Этап 2: Темы 3-4	значение организационных коммуникаций в функционировании организации;	анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по их	современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное, групповое поведение

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
		направления организационных коммуникаций; методы управления конфликтами; этические нормы и принципы делового взаимодействия	эффективности; применять способы управления конфликтами; применять правила нейтрализации манипуляций	в организации; приемами, стимулирующими общение и создание доверительных отношений между деловыми партнерами
	Этап 3: Темы 5-6	основы межкультурных отношений в менеджменте	эффективно выполнять свои функции, учитывая специфику межкультурной среды	навыками этикета делового общения
ОК-11 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Этап 1: Темы: 1-2	основные законы переговорного процесса	применять основные принципы ведения деловых переговоров в ходе переговорного процесса	навыками применения основных принципов переговоров на практике переговорного процесса
	Этап 2: Темы 3-4	основные стратегии ведения деловых переговоров; техники противодействия манипулированию в ходе переговорного процесса	выбирать необходимую стратегию переговоров и тактику эмоционального и рационального давления в ходе переговоров; предварительно моделировать различные ситуации развития переговоров	навыками постановки вопросов и эффективному их использованию в ходе переговорного процесса; навыками защиты от манипуляций
	Этап 3: Темы 5-6	эффективные стратегии продаж	применять различные стратегии продаж	технологией продажи товаров

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ ОК-5, ОК-6, ОК-11 (описание результатов представлено в таблице 1)	КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются традиционной системой оценивания)</i>				Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
		2 (неуд)	3 (уд)	4 (хор)	5 (отл)	
1 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Контрольная работа в форме теста
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	
2 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Кейс
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	
3 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Контрольная работа в форме теста
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме зачета.

6.3. 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

6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Определите общие признаки переговоров:

- а) это диалог как минимум двух сторон;
- б) переговоры ведутся только в условиях конфликта;
- в) предметом обсуждения на переговорах является значимая для обеих сторон проблема;
- г) участники переговоров абсолютно независимы друг от друга.

2. К переговорам обычно приступают, если:

- а) стороны заинтересованы в дружественных отношениях;
- б) есть четкое правовое решение проблемы;
- в) баланс сил неравный;
- г) отсутствует ясная и четкая регламентация для решения возникших проблем.

3. Основа любых переговоров – это:

- а) интересы;
- б) коммуникации;
- в) общение;
- г) ситуация.

4. Чтобы переговоры могли проходить эффективно, прежде всего нужно определить:

- а) инструменты;
- б) решение;
- в) цель;
- г) место.

5. К какой модели поведения в переговорном процессе относится следующее поведение: «Отказывается приступать к обсуждению конфликтной проблемы; стремится уйти от обсуждаемой проблемы, и изменить предмет обсуждения»:

- а) избегающий;
- б) уступающий;
- в) отрицающий;
- г) наступающий.

6. Сколько основных стратегий поведения в переговорном процессе выделяют исследователи:

- а) одна;
- б) две;
- в) три;
- г) четыре.

7. В рамках какой стратегии в переговорном процессе ставится основная цель – выигрыш за счет проигрыша оппонента:

- а) выигрыш – выигрыш;
- б) выигрыш – проигрыш;
- в) проигрыш – проигрыш;
- г) проигрыш – выигрыш.

8. В рамках какой стратегии в переговорном процессе ставится основная цель – уход от конфликта, уступая оппоненту:

- а) выигрыш – выигрыш;
- б) выигрыш – проигрыш;
- в) проигрыш – проигрыш;
- г) проигрыш – выигрыш.

9. Взаимозависимые переговоры предполагают:

- а) совпадение интересов партнеров;
- б) слишком большое расхождение интересов;
- в) смешанные интересы партнеров;
- г) все вышеперечисленное верно.

10. Если потенциальные участники переговоров не готовы к совместным действиям и решениям или считают их невыгодными или преждевременными, какая функция переговоров должна быть реализована прежде всего:

- а) совместное решение проблемы;
- б) информационно-коммуникационная;
- в) функция регуляции;
- г) функция отвлечения внимания.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 1 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 2 этап формирования компетенций

Пример кейса

«Переговоры о создании совместного предприятия».

Борис возглавляет группу специалистов фирмы «А» на переговорах с фирмой «Б» по поводу возможного создания совместного предприятия, чтобы соединить знания и опыт «А» в области разработки и производства лабораторного диагностического оборудования с достижениями «Б» в разработке программного обеспечения, используемого при работах в области искусственного интеллекта.

Технические специалисты обеих фирм полагают, что подобная комбинация сможет привести к созданию отличной новой экспертной системы, способной автоматизировать большую часть рутинной работы, осуществляемой в медицинских лабораториях.

Обсуждение связанных с этим проблем шло на протяжении почти шести месяцев, поэтому руководство требует от Бориса скорейшего положительного результата, чтобы потенциальное преимущество перед конкурентами, к которому могло бы привести создание этого совместного предприятия, сохранилось. Борис также полагает, что настало время разобраться с последними остающимися вопросами и затем можно закругляться. Он надеется, что двух дней заседаний, которые он запланировал провести в помещении фирмы «Б», окажется достаточно. Он хотел бы вернуться в свою фирму с документами о подписанной сделке на руках, или, по крайней мере, имея хоть что-то конкретное и достаточно ясное, что можно было бы передать юристу для составления текста договора. Ему не хотелось оставлять партнерам возможность требовать повторного обсуждения этой сделки, что затормозило бы все дело. После месяцев обсуждений, в которых участвовал технический персонал, был разработан хорошо сбалансированный пакет первоначальных взносов, которые должны внести в совместное предприятие обе стороны (патенты, персонал, коммерческую информацию, долю в рынке, наличные и т. п.). И Борис, и его партнер полагают, что данный пакет отвечает интересам каждой из сторон, так как их взносы справедливы и они имеют равные доли в создающемся предприятии. Базовая структура управления этим предприятием с руководством согласована, однако осталось еще определить, кто конкретно будет входить в руководство нового предприятия. Кроме того, в подготовленном Борисом списке в качестве открытых значатся следующие вопросы:

- как избежать того, чтобы вся деловая активность совместного предприятия осуществлялась только за счет предложений, сделанных фирме «А»
- как справиться со значительными разногласиями в отношении корпоративной культуры в этих двух фирмах;
- как назвать новое предприятие.

Прежде чем ответить на телефонный звонок главного исполнительного директора, который хотел узнать, смогут ли они, по мнению Бориса, определиться на этой неделе, Борис потратил несколько минут, планируя следующий и, как он надеялся последний, раунд переговоров.

Задание:

- определить вопросы, которые необходимо включить в соглашение;
- спланировать шаги на пути к достижению соглашения.

Оценка проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество ответов на вопросы	0-5 баллов
Итоговая оценка	0 -20 баллов

Посткейсовое моделирование. После завершения кейса преподаватель выясняет, согласны ли студенты на самом деле с презентуемыми идеями, закрепляя навыки отстаивать свою позицию, применяя знания в области эффективных переговоров.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 2 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Кейс – оценивание производится по пятибалльной шкале оценивания, основываясь на полученных баллах в кейсе.

- оценка «отлично» - 16-20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11-15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 0-5 баллов.

6.3.3. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 3 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Определите общие признаки переговоров:

- а) это диалог как минимум двух сторон;
- б) переговоры ведутся только в условиях конфликта;
- в) предметом обсуждения на переговорах является значимая для обеих сторон проблема;
- г) участники переговоров абсолютно независимы друг от друга.

2. К переговорам обычно приступают, если:

- а) стороны заинтересованы в дружественных отношениях;
- б) есть четкое правовое решение проблемы;
- в) баланс сил неравный;
- г) отсутствует ясная и четкая регламентация для решения возникших проблем.

3. Основа любых переговоров – это:

- а) интересы;
- б) коммуникации;
- в) общение;
- г) ситуация.

4. Чтобы переговоры могли проходить эффективно, прежде всего нужно определить:

- а) инструменты;
- б) решение;
- в) цель;
- г) место.

5. К какой модели поведения в переговорном процессе относится следующее поведение: «Отказывается приступать к обсуждению конфликтной проблемы; стремится уйти от обсуждаемой проблемы, и изменить предмет обсуждения»:

- а) избегающий;
- б) уступающий;
- в) отрицающий;
- г) наступающий.

6. Сколько основных стратегий поведения в переговорном процессе выделяют исследователи:

- а) одна;
- б) две;
- в) три;
- г) четыре.

7. В рамках какой стратегии в переговорном процессе ставится основная цель – выигрыш за счет проигрыша оппонента:

- а) выигрыш – выигрыш;
- б) выигрыш – проигрыш;
- в) проигрыш – проигрыш;
- г) проигрыш – выигрыш.

8. В рамках какой стратегии в переговорном процессе ставится основная цель – уход от конфликта, уступая оппоненту:

- а) выигрыш – выигрыш;
- б) выигрыш – проигрыш;
- в) проигрыш – проигрыш;
- г) проигрыш – выигрыш.

9. Взаимозависимые переговоры предполагают:

- а) совпадение интересов партнеров;
- б) слишком большое расхождение интересов;
- в) смешанные интересы партнеров;
- г) все вышеперечисленное верно.

10. Если потенциальные участники переговоров не готовы к совместным действиям и решениям или считают их невыгодными или преждевременными, какая функция переговоров должна быть реализована прежде всего:

- а) совместное решение проблемы;
- б) информационно-коммуникационная;
- в) функция регуляции;
- г) функция отвлечения внимания.

11. Какие функции выполняет служба маркетинга при продажах продукции:

- а) установление квот продаж;
- б) поиск целевого сегмента;
- в) организация рекламных воздействий;
- г) все ответы верны.

12. Продажа - это механизм обмена, при помощи которого:

- а) удовлетворяются запросы и желания потребителей;
- б) устанавливаются связи между производителями и потребителями;
- в) реализуется товарная продукция;
- г) нет верного ответа.

13. Трансакционная продажа акцентирует внимание на:

- а) установление партнерских отношений между продавцом и клиентом;
- б) учет интересов клиентов;
- в) традиционные отношения продавца и клиента;
- г) все ответы верны.

14. Технология продаж «обслуживание» используется для продвижения:

- а) сложных продуктов;
- б) товаров широкого потребления;
- в) инновационных товаров;
- г) нет верного ответа.

15. «Агрессивный» тип продаж ориентирован:

- а) на товар и клиента;
- б) на клиента;
- в) на товар;
- г) все ответы верны.

16. Какой тип продаж ориентирован одновременно на товар и на продавца:

- а) консультативный;
- б) спекулятивный;
- в) агрессивный;
- г) нет верного ответа.

17. Поведение покупателя с позиций психологического подхода означает:

- а) покупатель действует рационально;
- б) покупатель действует подсознательно;
- в) покупатель действует исходя из условий жизни;
- г) все ответы верны.

18. Безразличный продавец характеризуется:

- а) высокой заинтересованностью в продаже и низкой в клиенте;
- б) низкой заинтересованностью в продаже и высокой в клиенте;
- в) низкой заинтересованностью в продаже и клиенте;
- г) нет верного ответа.

19. Покупатель, полагающийся на репутацию товара, - это покупатель:

- а) в равной степени заинтересованный в покупке и в продавце;
- б) в большей степени заинтересованный в покупке и меньшей в продавце;
- в) в меньшей степени заинтересованный в покупке и в большей в продавце;
- г) все ответы верны.

20. Сущность управления продажами заключается в функциях:

- а) планирование и организация продаж;
- б) мотивация и контроль продаж;
- в) формирование клиентской базы;
- г) нет верного ответа.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 3 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

6.3.4. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации

Примерные вопросы к зачету

1. Деловые переговоры и их роль в управлении организацией.
2. Предмет и метод деловых переговоров.
3. Дерево целей в подготовке и проведении деловых переговоров.
4. Объекты и основные понятия искусства деловых переговоров.
5. Виды переговоров.
6. Управление переговорами.
7. Основные участники переговоров.
8. Переговорщик: компетенции, навыки.
9. Преимущества креативного переговорщика перед традиционным.

10. Этапы ведения деловых переговоров.
11. Виды деловых переговоров.
12. Управление переговорами.
13. Подход создания коммуникационного поля.
14. Коммуникационные эффекты. Ситуация.
15. Выбор ситуации с постановки целей, определения факторов воздействия и применения технологий.
16. Факторы воздействия: (рациональный (контекст) и эмоциональный (атмосфера)).
17. Стратегия. Реакция, прием, способ, стиль.
18. Метод SMART в создании цели.
19. Манипулирование и его виды.
20. Ситуация оппонента по переговорам и вербальная реакция на манипулирование.
21. Выбор оптимальных реакций и скорость их применения.
22. Экономическая сущность и содержание продаж в системе маркетинга.
23. Виды и типы продаж.
24. Цикл продаж товарной продукции. Основные типы коммерческих задач и категории менеджеров по продажам.
25. Классификация продавцов в зависимости от установки на процесс продажи.
26. Особенности продаж на промышленном и розничном рынках.
27. Содержание процесса управления продажами.
28. Типы технологий продаж.
29. Психологические основы и применение технологии «Клиент-Эксперт».
30. Презентационная и коммуникативная стратегии мотивирования покупателя.
31. Стартовые ситуации в процессе продажи.
32. Управление взаимоотношениями с клиентами.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине «Эффективные переговоры и продажи» проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает

– текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины.

– промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется обучающимися в течение всего семестра, после изучения новой темы. Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде контрольных заданий и итоговая аттестация в виде зачета. К зачету допускаются обучающиеся, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

Контрольная работа проводится в учебной аудитории. Обучающиеся получают бланк заданий. Обучающемуся сообщается время, отведенное на выполнение контрольной работы, способы допустимых исправлений и другая информация (ответы на возникающие вопросы со стороны обучающихся). При выполнении контрольной работы обучающимся запрещается консультироваться с однокурсниками, использовать телефон, информацию на бумажных и других носителях. По окончании работы, выполняемой в самом бланке задания, обучающийся подписывает работу и сдает ее преподавателю на проверку. Результаты работы, типичные ошибки разбираются на следующем занятии. Обучающимся сообщается оценка, которая заносится в соответствующую ведомость. Ведомость рубежного контроля предоставляется преподавателем в деканат соответствующего факультета.

Тест - является одним из основным средством формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки студента характеризующих определенный этап формирования компетенций.

Тесты построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы на определенном этапе их освоения. С помощью тестирования можно оценить уровень знаний студента о предметной области дисциплины и понимания основных ее положений и терминов, а также умение и навыки студента применять полученные при освоении учебной дисциплины практические знания для решения конкретных задач.

Тесты для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих различные этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы бывают следующих видов:

Закрытая форма является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов. Закрытую форму вопросов используют также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае формулируют условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Студент должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

Открытая форма. Вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), чертежа (схемы), графика, в которых пропущены существенные составляющие - слова, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Студент должен вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

Установление соответствия. Студенту предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие.

Установление последовательности предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов, фраз, дат и т.п.

Оценка результатов тестирования предполагает использование количественной шкалы оценивания.

Кейс-метод (Case study) — это техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций (от англ. case — «случай»). Под ситуацией (кейсом) понимается письменное описание какой-либо конкретной реальной ситуации. Отличительной особенностью метода case-study является создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни.

Цель технологии – развитие навыков анализа и критического мышления, соединение теории и практики; представление примеров принимаемых решений; демонстрация возможности различных точек зрения. Кейс-технология позволяет более успешно по сравнению с традиционной методикой обучения развивать творческие способности обучающихся, формирует навыки выполнения сложных заданий в составе небольших групп, помогает успешно овладеть способностями анализа непредвиденной ситуации, самостоятельно разрабатывать алгоритмы принятия решения. Этот метод также способствует развитию технического мышления, формированию таких качеств, как инициативность и самостоятельность.

К кейс-технологиям относятся: метод ситуационного анализа; ситуационные задачи и упражнения; анализ конкретных ситуаций (кейс-стади); метод кейсов; метод инцидента; метод разбора деловой корреспонденции; игровое проектирование; метод ситуационно-ролевых игр. Требования к кейсу: четкое соответствие цели, поставленной при создании; наличие соответствующего уровня трудности; актуальность на сегодняшний день; иллюстрирование типичных ситуаций; развитие аналитического мышления; провоцирование дискуссии; наличие нескольких решений.

Студентам предлагается проанализировать конкретную ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные варианты решения и выбрать лучший из них. В процессе поиска решения студенты используют свой опыт и полученные знания, применяют в учебной аудитории те способы, средства и критерии анализа, которые были приобретены ими в процессе предшествующего обучения. Этапы работы с кейсом: этап введения в кейс; анализ ситуации; этап презентации; этап общей дискуссии; этап подведения итогов.

Критерии оценивания студентов: Профессиональное, грамотное решение проблемы. Новизна и неординарность решения проблемы. Краткость и четкость изложения теоретической части решения проблемы. Качество графической части оформления решения проблемы. Этика ведения дискуссии. Активность работы всех членов микрогруппы. Штрафные баллы.

Наилучшему усвоению материала способствуют: постепенное повышение сложности кейсов, визуализация данных, наличие текстовой информации, временная последовательность материала, тщательная проработка стратегии обсуждения, установление четких временных рамок в зависимости от сложности кейса, создание условий для беспрепятственной коммуникации внутри микрогрупп, возможность высказывания собственного мнения, помощь преподавателя при затруднениях.

Зачет - промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины). Студенты допускаются к зачету по дисциплине при условии прохождения всех контрольных рубежей и сдачи всех заданий, предусмотренных рейтинговой системой оценки. Студенты заранее получают список вопросов к зачету.

Результаты прохождения промежуточной аттестации для дисциплины оцениваются отметками «зачтено» («зачет»), «незачтено» («незачет»).

Важнейшим условием успешной реализации перечисленных форм контроля является их комплексность и функциональность, предполагающая связь приобретаемых компетенций с конкретными видами и задачами профессиональной деятельности и социальной активности выпускника.

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

Основная литература:

1. Джоббер Д., Ланкастер Д. Продажи и управление продажами = SELLING & SALES MANAGEMENT: учебное пособие - Москва: Юнити, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114548
2. Иванова С. В. 50 советов по рекрутингу: практическое пособие - Москва: Альпина Паблишер, 2016.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229800
3. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие - Москва: Юнити, 2012.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118749
4. Маличевский В. Переговоры без страха и тревог: практическое пособие - Киев: Мультимедийное Издательство Стрельбицкого, 2013.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=234571

Дополнительная литература:

1. Сидоров В. А. Девелоперские компетенции. Маркетинг и продажи девелоперского проекта: учебное пособие - Москва: Дело, 2016.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=563240
2. Синяева И. М., Земляк С. В., Синяев В. В. Маркетинг в торговле: учебник - Москва: Дашков и К°, 2018.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495732

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

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
4. <http://bibliorossica.com/> - Электронно-библиотечная система, содержащая учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде.
5. <http://www.marketologi.ru/> - Сайт Гильдии маркетологов
6. <http://www.marketing.spb.ru/> - Сборник статей по маркетингу, различные направления
7. <http://www.4p.ru/> - Электронный журнал по маркетингу
8. <http://www.md-marketing.ru/> - Информационный портал о маркетинге
9. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России
10. <http://www.raso.ru/> - Российская Ассоциация по связям с общественностью
11. <http://www.ramu.ru/> - Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг
12. <http://www.sostav.ru/> - Информационный портал о рекламе
13. <http://www.advertology.ru/> - Электронный журнал о рекламе
14. www.glossary.ru; <http://dic.academic.ru> - Глоссарии и словари
15. www.krugosvet.ru - Энциклопедия «Кругосвет»

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

Изучение курса предполагает большой удельный вес самостоятельной работы обучающихся. Приступая к изучению данной учебной дисциплины, следует ознакомиться с предложенным преподавателем графиком учебного процесса, включающим самостоятельную работу. На основе этого графика вы можете четко планировать объем работы и свое время, необходимое для выполнения внеаудиторной работы, подготовки к практическим занятиям и контрольным формам обучения.

Изучайте материал последовательно, начиная с первой темы, ибо каждая последующая может быть очень тесно связана с предыдущей. Даже если Вас интересуют конкретные проблемы или закономерности, понимание их сущности порой невозможно или же крайне затруднительно без знания предыдущего материала. В связи с этим Вам все равно придется обращаться к материалу предшествующих тем.

Внимательно, не торопясь, читайте материал одной темы. Все слова или категории, в точном значении которых Вы сомневаетесь, найдите в глоссарии, в предшествующих темах или в экономическом словаре. Иначе могут возникнуть серьезные затруднения при изучении последующего материала. Если отдельные темы модуля вам покажутся близкими с точки зрения аналогичности механизма функционирования экономических субъектов или действия теоретических законов, постарайтесь выделить основные отличия, уяснить категории и их буквенные обозначения и составьте сравнительную таблицу. Моторная и зрительная память обязательно «сработают» в дальнейшем. После того, как вы прочитали тему, запомнили основные положения и сделали необходимые Вам записи, обязательно постарайтесь ответить на все вопросы, содержащиеся в конце параграфа.

В случае, если некоторые вопросы вызывают у Вас затруднения, перечитайте текст и найдите ответ в тексте параграфа. Лучшему закреплению знаний и пониманию теоретического материала способствуют специальные упражнения и тесты, разработанные и представленные в практикумах. В нашем пособии представлены задания для самостоятельной работы по разделам, а также по всему курсу в целом. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1й – организационный;

2й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

Подготовка к практическому занятию

Одной из традиционных форм обучения является практическое занятие. Поскольку план занятий вы получаете заранее, старайтесь во время подбирать литературу, рекомендованную вам к каждой из изучаемых тем. Просмотрев все доступные вам учебные пособия, статьи в научных журналах по соответствующей тематике и статистические сборники (если это необходимо) и Интернет-ресурсы (в т.ч. официальные сайты министерств и ведомств) решите, какой из вопросов Вы будете готовить наиболее глубоко и в подготовке каких вопросов вы ограничитесь рамками базового учебника.

При необходимости делайте конспекты, указывая источник и номера страниц, на которые вы ссылаетесь.

Для того чтобы структурировать материал, собранный вами по проблеме, составьте развернутый план выступления или структурно-логическую схему, которая поможет вам лучше запомнить материал в результате подключения зрительной памяти и логики.

Обязательно промешайте тесты и задачи, если они были заданы вам заранее. Ваше выступление станет ярче и нагляднее, если вы сделаете презентацию своего выступления в программе Power Point.

Семинарские занятия могут проводиться в различной форме: комбинированные занятия, решение проблемных ситуаций, заседания круглого стола, творческие занятия в виде написания эссе и др.

«Круглый стол»

Проведение «круглого стола» требует от обучающихся большей подготовки, чем обычное семинарское занятие. Эта форма занятий предполагает активное участие всех слушателей, знания не только обязательной учебной литературы, но и анализа статистических данных, изучения нормативно-правовых документов по исследуемой проблеме, анализа научных статей ведущих ученых России, публикуемых в научных журналах и сборниках научно-практических конференций.

При подготовке к заседанию «круглого стола» следует обратить внимание на некоторых моментах, имеющих большое значение для их успешного выступления:

Нужно объяснить, что не следует готовить материал сразу по всем предложенным вопросам. Достаточно выбрать один и подобрать полную и по возможности обширную информацию, необходимую для его освещения.

Тщательным образом проработать дефиниции, понятия и определения для того, чтобы во время выступления исключить дополнительные вопросы, неоднозначное их понимание или толкование.

Четко определить свою позицию и подготовить необходимые аргументы для ее отстаивания.

Не готовить слишком долгое или пространное выступление, так как выступление такого рода не воспринимается слушателями.

Подготовленный материал следует прочитать несколько раз для того, чтобы свободно им владеть и излагать свободно (не читая «по бумажке») во время своего выступления, дополнения выступавшего или несогласия с ним.

Во время выступления не следует выходить за рамки обсуждаемой проблемы; необходимо соблюдать регламент.

Дискуссия

Дискуссия – это столкновение различных мнений и интересов, разных точек зрения по какой-либо актуальной проблеме, имеющей важное значение не только для общества, но и для конкретного человека, принимающего участие в ее обсуждении. Дискуссия всегда состоит из возникающих вопросов и ответов на них, строится по принципу «вопрос-ответ».

Принимая участие в дискуссии, помните некоторые важные советы:

- стремясь высказать свою точку зрения, слушайте и слышите друг друга;
- не повторяйте уже сказанное (если придерживаются той же точки зрения), а дополняйте друг друга, приводя новые аргументы в защиту своей концепции;
- четко и однозначно формулируйте вопросы, в случае если они возникают в ходе обсуждения;
- отвечайте на заданные вопросы подробно, но достаточно четко и конкретно;
- выступайте против точки зрения оппонента, а не против него самого;
- спорные вопросы не должны перерасти в конфликтную ситуацию

В процессе подготовки дискуссии заранее дома подберите необходимые факты, изучите рекомендованную литературу, примите ту или иную сторону для отстаивания выработанной позиции.

Эссе

Эссе в переводе с французского обозначает «попытка», «проба», «очерк». Это сочинение-рассуждение небольшого объема со свободной композицией, выражающее индивидуальные впечатления, соображения по конкретному вопросу, проблеме и заведомо не претендующее на полноту и исчерпывающую трактовку предмета.

Эссе включает в себя следующую структуру:

Введение - суть и обоснование выбора данной темы.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?».

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, Постоянство — изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Рекомендуется ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Эффективные переговоры и продажи» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Windows. Использование специального программного обеспечения или справочных систем данной рабочей программой не предусматривается.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);

2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;

2. Архиватор 7-Zip;

3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;

4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;

5. Медиаплеер VLC.

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

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Данные аудитории, а также помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа оборудованы наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Учебное помещение № П-4, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования. Проектная мастерская.

Кабинет № 208 – 41,6 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт. Компьютер подключен к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;
6. столы - 11 шт.;
7. стулья – 23 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

Учебное помещение № I-14, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, самостоятельной работы обучающихся. Компьютерный класс / Лаборатория информационных технологий.

Кабинет № 404 – 61,2 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
 2. проекционный экран;
 3. колонки;
 4. блок управления проекционным оборудованием;
 5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.;
 6. персональные компьютеры - 27 шт.;
- Все компьютеры подключены к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».
7. столы - 14 шт.;
 8. стулья – 28 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);

2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.