



Наименование дисциплины и код: **Психология коммерции 600200**

Лектор	Исмаилова Кульчаш Киясовна
Контактная информация:	Сотовый: 0550-95-70-33 Домашний: 0312-40-49-57 E-mail: Kulchash.kiyis@mail.ru
Количество кредитов:	4
Дата:	2017-2018 учебный год
Цель и задачи курса	<p>-позволить студентам осознать, применения в психологии коммерции разнообразных психотехнических приемов, первоначально разработанных в психотерапии.</p> <p>-психологическое обеспечение деятельности коммерсанта</p> <p>-,определить собственные ценностные ориентиры.</p> <p>Задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none">- дать студентам необходимый минимум теоретических знаний психологии коммерции, заключения коммерческой сделки.-грамотное использование психологического обеспечение деятельности коммерсанта, способного дать участникам рынка конкурентное преимущество коммерции-выработать способности психологическое обеспечение к пониманию и уважению различных к различным к психологическим типам, к продуктивному общению представителей различных культур;-использовать актуальность индивидуального психологизированного подхода к клиенту, помочь ориентироваться в целостном психотерапевтическом подходе.- способствовать гармоничному сочетанию специальных и гуманитарных знаний-умению творческого подхода и нестандартных решений в управленческой деятельности–владеть эмоциональным состоянием для и повышения стрессоустойчивости и успешности профессиональной деятельности.-формированию удовлетворение потребностей высшего порядка -в признании и уважении со стороны окружающих (культурных ориентаций и установок личности, т.е. её духовного потенциала.
Описание курса	Основной лейтмотив в преподавании психологии коммерции заключается в трактовке самого феномена «психологическое обеспечение» деятельности коммерсанта. психологии делового общения, заключения коммерческой сделки, психологии покупателей и потребителей(типы поведения, мотивы покупки), профессиональные стрессы коммерсанта и защите от них с помощью психологической само регуляции».
Пре реквизиты	-хорошее знание школьной (до вузовской) программы предметов «Этика», «Психология», «Человек и общество» и других дисциплин гуманитарного цикла;

	<p>-достаточная подготовленность к восприятию научной терминологии гуманитарных знаний и пониманию идей и законов общения. Для этого ему необходимо свободно владеть языком обучения (кыргызский и русский) и ориентироваться в широко распространенных в науке, культуре, образовании специальных терминах, иностранных словах, идиомах, общепринятых сокращениях, аббревиатурах и т.д.</p> <p>-изучающий психологию коммерции должен понимать, и научиться внутреннему стимулированию и развитию потребностно-мотивационной сферы формируемой личности, побуждению к саморазвитию и общению и поэтому студенту надо иметь достаточный кругозор и жизненный опыт.</p> <p>-важную роль для успешного овладения психологии коммерции, гармоничного развития играет внутренняя мотивация и само стимуляция человека.</p>
<p>Пост реквизиты</p>	<p>студент обязан усвоить:</p> <ul style="list-style-type: none"> -о всестороннем, гармоничном развитии личности; -о формировании характера в процессе развития; -методы и способы развития психических процессов; -направленность личности в профессиональную деятельность; -применять индивидуальный подход к клиенту в рыночных отношениях связанный с психологической культурой, - использовать значимость психологических механизмов в коммерции в работе.
<p>Компетенции</p>	<p>Знать: - готовность к активному общению в научной, производственной и социально- общественной сферах деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - необходимость использования психологии в отношениях с покупателями, сотрудниками, поставщиками и другими партнерами по бизнесу; - основные функции общения; - сущность модели Берна; - техники анализа речи <p>-предмет и методы психологии;</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные понятия в области психологии; виды межличностного общения; -специфику взаимодействия с партнерами, клиентами и аудиторией на основе современных вербальных и невербальных способов общения; - познавательные процессы; -психологию взаимоотношений в группе; - психология конфликта; <p>психологические особенности различных видов деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно- производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, - приемы обработки возражений покупателя; - специфические особенности продажи по телефону; - психологию презентации; - типологию потребителей и покупателей; -использовать полученные знания и навыки в области психологии в

	<p>практике коммерции:</p> <ul style="list-style-type: none"> -использовать психотерапевтический подход психологии коммерции; - четыре основные функции общения: <p>-словесную надстройку, глазной контакт,</p> <p>Применять:</p> <ul style="list-style-type: none"> -воздействие на ее социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности - методы анализа мотивов потребителей; - культуру мышления – способность к общению и восприятию информации, -логически верно аргументировано строить устную и письменную речь, и психологическими навыками общения -методы организации работы в команде, - мотивации персонала методами делового общения. - готовность применять экономические законы и теории при заключении сделок и ведения деловых переговоров и процесса продаж;
Политика курса	<p>Регулярная и обязательная работа с материалами по данному курсу. В установленные дни студенты в течение семестра должны сдать два модуля. Вопросы модулей будут заранее озвучены преподавателем. Для закрепления теоретических знаний по дисциплине необходима самостоятельная подготовка к занятиям (СРС) в соответствии с графиком изучения материалов по дисциплине, а также в течении учебного семестра студенты могут заработать дополнительные баллы в виде защиты рефератов по заданным темам. Если студент не смог сдать модуль во время рейтинг - контроля по уважительной причине, то сдача модуля допускается с разрешения офис - регистратуры университета.</p> <p>Сдача модулей в установленные сроки является обязательной. Вам также предлагаются индивидуальные задания по разработанной тематике, участие научной-практической конференции, мероприятия «круглый-стол» которые будут соответственно оцениваться.</p>
Методы преподавания:	технологии развития критического мышления через чтение и письмо. Лекции. Кейс-стади. Презентации, Видеофильмы
Форма контроля знаний	Рубежный контроль-15-15-10. СРС-40. Итоговый контроль(экзамен.)-20баллов
Литература: Основная Дополнительная	<ol style="list-style-type: none"> 1.Сандомрский М.Б. Психология коммерции М-2014г 2.Ягер.Дж..Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса 3.Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Центр "Русская тройка", "Комета", 2012г..(Библиотека КЭУ) 4.Кибанов Этика деловых отношений - М.,2003г. (Библиотека

	<p>КЭУ) 1. <i>Психология предпринимательской деятельности.</i> — М.: ИПРАН 2015. Питере Г., 2. <i>Курс практической психологии или Как научиться работать и добиваться успех</i> 2010г. 3. <i>Курбатов В. И.</i> Стратегия делового успеха. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. 4. <i>Якокка Л.</i> Карьера менеджера. — М.: Прогресс, 2013</p>
<p>СРС</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Взаимосвязь психологии коммерции с другими предметами. 2. Психология менеджмента и управление персоналом 3. Инстинкты. потребности. Мотивация. 4. Структура и функции общения. 5. Формальные и неформальные способы общения. 6. Умение анализировать ситуации в коммерческой деятельности 7. Карьера личности 10 8. Мотивы потребителя. 9. Мотивы покупки. 10. Организационно -психологические формы продаж. 11 Мотивация. Завершение. 12. Типология вопросов и логические уровни 13. Возможности массового охвата групп потенциальных клиентов 14. Этапы телефонных переговоров 15. Подготовка публичной речи. 16. Виды внимания 17. Виды презентации в зависимости от поставленных целей 18. Рабы общественного мнения. 19. Принципы классификации ситуационно-ролевых типов покупателей 20. Характеристика 16 психологических типов (по В.В. Гуленко, в модификации) 21. Цель внутригрупповых стрессов. 22. Синдром хронической усталости. .
<p>Примечание.</p>	<p>Рекомендуется участвовать на экскурсиях по музеям и организациям ,посещать презентации,</p>

Календарно-тематический план распределения часов с указанием недели, темы

№	Тема	Кол-во час	Литература	Подготовительные вопросы по модулям
1	Предмет и задачи Психологии коммерции.	2	1.Сандомрский М.Б. Психология коммерции М-2014г 2.Ягер.Дж..Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса 3.Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Центр "Русская тройка", "Комета", 2012г. (Библиотека КЭУ) 4.Дашков Л.П. Как преуспеть в бизнесе. - М., 2013.	1.Что изучает предмет «Психология коммерции»? 2.Какие психологические значимости в коммерции показаны в работах основателя психологической экономики Д. Канемана? 3.Какой рецепт в коммерции предлагают профессиональные трейлеры? 4.Связь психологии коммерции с другими науками их значение?
2	Психотерапевтический подход в психологии коммерции	2	5..Кибанов Этика деловых отношений - М.,2003г. (Библиотека КЭУ) 6 Дополнительная литература 1.Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. — М.: МГУ, 1968. 2.Власова Н.М. И проснешься боссом. Справочник по психологии управления..	1.Что означает диагностика психологических характеристик, 2.Какие психологические воздействие применять в психологии коммерции 3.В чем смысл саморегуляция и самосовершенствование? 4.Какие формы использовать коммерсанту в а)психологии менеджмента и управления персоналом б)организационная психология и методы управления общественным мнением?

3	Психотерапевтическое воздействие коммерсанта.	2	<p>Инфра-2011</p> <p>3. <i>Курбатов В. И.</i> Стратегия делового успеха. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.</p> <p>4. <i>Курс</i> практической психологии или Как научиться работать и добиваться успех 2010г.</p> <p>5. <i>Кузьмин Е. Г., Семенов В. Е.</i> (ред). Социальная психология. — Л.: ЛГУ. 1979</p> <p>6. <i>Креггер О., Тьюсон Дж. М.</i> Типы людей и бизнес: Пер. с англ. — М.: Персей, 2005.</p>	<p>1. Что означает психотерапевтический подход в сфере коммерции?</p> <p>2. Каким образом осуществляется психотерапевтическое влияние, направленное людей?</p> <p>3. Какие принципы психотерапевтического воздействия коммерсанта используются?</p> <p>4. Как выявить реальную потребность клиента?</p> <p>5. Какой перечень мотивов человеческого поведения представлен С. Райс</p>
4	Психология общения в коммерции	4	<p>7. <i>Кричевский Р. Л.</i> Если Вы - руководитель... - М.: Дело, 2006</p> <p>8. <i>Меллер К., Хегадель П.</i> Качественный сервис через личностное развитие. - М.: Менеджер сервис, 1992. 13. <i>Морита А.</i> Сделано в Японии. - М.: Прогресс, 1993.</p>	<p>1. Как же добиться успешной коммерческой деятельности?</p> <p>2. Почему психотехнологии влияют и применяются для повышения коммерции?</p> <p>3. Как классифицируются виды взаимодействия в общении?</p> <p>4. Какие факторы перцепции и их психологические механизмы воздействия?</p> <p>5. Что означает эмпатия?</p> <p>6. Какие НЛП-коммуникация применяются в коммерции?</p> <p>7. Как используются психологическое сближение</p>

			<p>9. <i>Психология предпринимательской деятельности.</i> — М.: ИПРАН 2015. Питере Г.,</p> <p>10. <i>Уотермен Р. В поисках эффективного управления.</i> — М.: Прогресс, 1986.</p> <p>11 <i>Психология. Словарь.</i> 2-е изд. - М.: Политиздат, 1990.</p> <p>12. <i>РихА. Хозяйственная этика</i> — М.: Посев, 19964.</p> <p>13. <i>Швальбе Б., Швальбе Х. Личность. Карьера. Успех.</i> — М.: Прогресс</p>	<p>по форме общения?</p> <p>8. Какие существуют психологическое сближения по содержанию общения?</p>
5	Направленность личности в профессиональную деятельность	2	<p>управления. — М.: Прогресс, 1986.</p> <p>11 <i>Психология. Словарь.</i> 2-е изд. - М.: Политиздат, 1990.</p> <p>12. <i>РихА. Хозяйственная этика</i> — М.: Посев, 19964.</p> <p>13. <i>Швальбе Б., Швальбе Х. Личность. Карьера. Успех.</i> — М.: Прогресс</p>	<p>? 1. Как вы понимаете термин «личность коммерсанта»?</p> <p>2. Как обусловливал С. Л. Рубинштейн изучение «психического облика» личности ?</p> <p>3. Какова структура личности К.К. Платонова?</p> <p>4. На какие группы подразделяется система устойчивых отношений личности?</p>
6	Психология функциональной, профессиональной деятельности	2	<p>14. <i>Уорд Л. Психические факторы цивилизации.</i> — СПб., 1897.</p> <p>15. <i>Уотсон Б. Психология как наука о поведении.</i> — М.— Л., 1926.</p> <p>21. <i>Якокка Л. Карьера менеджера.</i> — М.: Прогресс, 2013</p>	<p>1. Как вы понимаете термин «личность коммерсанта»?</p> <p>2. Как обусловливал С. Л. Рубинштейн изучение «психического облика» личности ?</p> <p>3. Какова структура личности К.К. Платонова?</p> <p>4. На какие группы подразделяется система устойчивых отношений личности?</p>
7	Психологическая экономика	4		<p>1. Что изучает психологическая экономика как наука?</p> <p>2. Какое определение дал Д</p>

			<p>Интернет-сайт http://internet-advance.ru/delovoe-obschenie-v-reklame/110-provedenie-prezentacii.html http://psyera.ru/5115/struktura-lichnosti http://psyera.ru/5115/struktura-lichnost http://mastersales.biz/kak-privlech-pokupatelya-k-tovaru.html i</p>	<p>Канеман термину «экономическое поведение»?</p> <p>3. В чем определяется процесс принятия человеком решений?</p> <p>4. Какие мотивы личности коммерсанта?</p> <p>5. Что называется экономическим поведением?</p> <p>6. Какие модели экономического поведения предлагаются бизнесменами?</p> <p>7. Нормы и правила экономического поведения?</p> <p>8. Как определяется психические процессы</p>
8	Психология продаж	2		<p>1. Как привлечь интерес потребителя?</p> <p>2. На какие стадии делятся решения покупок?</p> <p>3. Как классифицируются мотивы потребителя?</p> <p>4. Какие примеры можно привести из практической жизни коммерсантов?</p> <p>5. Какие бывают эмоции?</p> <p>6. Какие чувства человеку свойственно для удовлетворения своих потребностей?</p> <p>7. Какие виды риска существует при экономическом поведении?</p> <p>8. Какие риски у предпринимателя?</p>

9	Анализ мотивов потребителей	4		<p>Откуда протекают мотивы до того, как стать осознанными?</p> <p>2. Где заложены неосознаваемые «корни» мотивов поведения человека?</p> <p>3. Каким образом создаются психологические мифы?</p> <p>4. Какие мифы используются для управления сознанием и поведением больших масс людей?</p>
10	Этапы сделки	4		<p>1. Какие психологические этапы сделки</p> <p>а) Вступление — Attention1</p> <p>б) Презентация товара — Information1, Interest2</p> <p>в) Мотивация — Desire</p> <p>г) Завершение — Action</p> <p>2. В чем суть послепродажный этапа</p> <p>3. Какими способами информируют клиентов?</p> <p>4. Какие формы продажи товаров существуют ?</p> <p>5. Как привлечь покупателя к товару?</p> <p>6. Какие роли в увеличении продаж играют?</p>
11	Возражение покупателя и	4		<p>1. Какие бывают высказывание</p>

	их обработка			<p>возражений?</p> <p>2.Как осуществляются общие частные приемы обработки возражений?</p> <p>3.Какие виды сопротивления клиента (по Н. Рысеву)?</p> <p>4.Как протекают и реализуются сопротивления на основе психологической защиты?</p> <p>5.Как происходит слушание возражений?</p> <p>6.Каковы приемы обработки возражения?</p> <p>7.Какие виды диалога привозражении(приведите пример)?</p> <p>8.Почему необходим скрипт с ответами на типовые возражения клиентов?</p>
12	Продажа по телефону	4		<p>1.Какое место занимает телефонные продажи</p> <p>2. Какие рекомендации ведения телефонного разговора?</p> <p>3.Нормы и правила ведения телефонного разговора?</p> <p>4.Как регулировать телефонный разговор?</p> <p>5.В чем заключается специфика телефонного разговора?</p> <p>6.Как соблюдать интонацию телефонного разговора?</p> <p>7.Сценарии телефонного разговора?</p>

13	Психология презентации	6		<p>1.Какова назначение презентации?</p> <p>2.В чем заключается цель презентации?</p> <p>3.Как подготовиться к презентации?</p> <p>4.Каковы принципы на когнитивном и поведенческом уровне?</p> <p>5.Как удержать внимание слушателей?</p> <p>6..Какое средство используется для мотивирования клиента?</p> <p>7.Как использовать психологические приемы,которые называет «генераторами волнения публики».??</p> <p>8.Как достичь своей цели? по Д. Карнеги)</p> <p>9..Какие факторы влияют на поведение слушателей во время презентации</p> <p>10.Какова цель презентации?</p> <p>11.В чем суть и функции правил Цицерона?</p> <p>12.Какие этапы презентации?</p> <p>13. Почему важны выбора места презентации</p>
14	Типология потребителей и покупателей	8		<p>1. Для чего вести учет его типовых психологических особенностей?</p> <p>2. Почему нужно уделить больше внимание интересующемуся покупателю?</p> <p>3.Какие типы покупателей и их</p>

			<p>характеристику необходимо знать коммерсанту</p> <p>4.Как строить подход к покупателю имеющие выраженные типы темперамента по Гиппократу-Павлову?</p> <p>5. Как строить подход к покупателю имеющие выраженные типы конституции по Э. Кречмеру?</p> <p>6. Как строить подход к покупателю имеющие выраженные психологические типы по К. Г. Юнгу и И.Майерс-Бриггс?</p>
15	Стрессы в деятельности коммерсанта	8	<p>1.Что такое стресс?</p> <p>2.Какие факторы вызывает профессиональный стресс?</p> <p>3.В чем сущность специфических факторов стресса?</p> <p>4.Каковы последствия стресса?</p> <p>5.Какие этапы стресс?</p> <p>6.Как проявляются эмоциональные стрессы?</p> <p>7.Каким образом и как проявляется синдром хронической усталости?</p>
	ИТОГО	60 часов	

График самостоятельной работы студентов

№	Недели Месяцы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Суммы балов
		октябрь				ноябрь						декабрь						
1	Текущий контроль	15				15						10						40 баллов
2	Срок	28.09 - 3.10.				2.11 – 07.11. 2015г.						14.12 – 19.12 2015г.						

	сдачи СРС*.	2015г.			
--	----------------	--------	--	--	--

www.keu.edu.kg

*СРС – самостоятельная работа студентов.

Примечание: График проведения рубежного и итогового контроля устанавливается Учебным отделом.