

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра «Коммерции и организации экономической деятельности»**

**Методические рекомендации для
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
Б1.В.ДВ.07.02 Психология продажи товаров и услуг**

Направление подготовки 38.03.06 – Торговое дело

Профиль подготовки 38.03.06 – Коммерция в АПК

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения очная

Оренбург-2015

СОДЕРЖАНИЕ

1. Организация самостоятельной работы.....	3
2. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы (проекта) – не предусмотрено рабочим учебным планом.....	3
3. Методические рекомендации по подготовке реферата/эссе – не предусмотрено рабочим учебным планом.....	3
4. Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних заданий - не предусмотрено рабочим учебным планом.....	4
5. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов.....	4
6. Методические рекомендации по подготовке к занятиям.....	5

1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы				
		подготовка а курсового проекта (работы)	подготовка реферата/эссе	индивидуальн ые домашние задания (ИДЗ)	самостоятельн ое изучение вопросов (СИБ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
	2	3	4	5	6	7
1	Психология предпринимательства	-	-	-	4	3
2	Психология предпринимательства как учебная дисциплина	-	-	-	2	1
3	Предпринимательство как вид человеческой деятельности	-		-	1	1
4	Психология личности предпринимателя	-	-	-	1	1
5	Психологические аспекты продажи товаров и услуг	-	-	-	1	1
6	Психологические аспекты продажи товаров и услуг	-	-	-	4	3
7	Современные психотехнологии продаж населения	-	-	-	1	1
8	Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта	-	-	-	4	4
9	Психология организации				2	2
10	Психология внутренней среды организации				2	2
11	Составление сметы затрат на рекламу и планировка мест продажи товаров и услуг				3	3
12	Планировка мест				2	1

№ п.п.	Наименование темы	Общий объем часов по видам самостоятельной работы				
	продажи и пространственное размещение товаров и услуг					
13	Составление сметы затрат на рекламу				1	2

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)-

Не предусмотрено рабочим учебным планом

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА/ЭССЕ

Не предусмотрено рабочим учебным планом

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ –

Не предусмотрено рабочим учебным планом.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ

5.1. Предмет «психология предпринимательства».

«Психология предпринимательства» является специальной дисциплиной, изучаемой в рамках подготовки студентов, обучающихся по специальности «Социальная психология». Психология предпринимательства рассматривается нами как раздел экономической психологии, которая является базовой дисциплиной для данного спецкурса.

5.2. Цель и задачи изучения психологии предпринимательства

Целью настоящего курса является ознакомление студентов с фундаментальными основами теории и практики психологии бизнеса.

Основные задачи курса включают в себя – изучение условий существования бизнеса; ознакомление с общими вопросами психологии бизнеса; рассмотрение специфики психологических процессов в зависимости от стадии существования организации, необходимых и достаточных качеств и навыков руководителя для успешного ведения бизнес-процесса.

5.3. Основные понятия психологии предпринимательства.

Бизнес – это системно организованный процесс, целостная деятельность, содержание которой далеко выходит за рамки отдельной, пусть даже самой успешной, коммерческой операции. Освоение методов бизнеса, технологии проведения различных

сделок (торговых, финансовых, бартерных, посреднических и т.п.) - необходимый элемент бизнеса, однако, бизнес к этому не сводится.

5.4.Связь психологии бизнеса с другими отраслями психологии

Психику и поведение человека невозможно понять, не зная его природной и социальной сущности. Поэтому изучение психологии предполагает знакомство с биологией человека, строением и функционированием центральной нервной системы, Взаимосвязь психических явлений и работы ЦНС рассматривается физиологией высшей нервной деятельности.

5.5 Признаки предпринимательской деятельности

Предпринимательской является деятельность самостоятельная, осуществляемая на свой риск, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

5.6. Формы и виды предпринимательской деятельности

Формы предпринимательства зависят и от того, действует ли предприниматель самостоятельно или в кооперации с другими предпринимателями, использует для бизнеса только свое имущество или привлекает имущество других лиц, использует только личный труд или привлекает наемных работников.

5.7.Виды и формы предпринимательской деятельности на постсоветском пространстве

В целом, основные формы предпринимательства можно разделить по следующим основаниям:

- по видам хозяйственной деятельности выделяют: производственные, транспортные, научно-исследовательские, торговые, финансово-кредитные, посреднические и другие формы предпринимательства;
- по видам права собственности хозяйствующих субъектов можно разделить на государственных, местных (муниципальных), общественных, частных;
- по размерам бывают такие основные формы предпринимательства, как мелкие, средние и крупные. В этом варианте классификации учитывается количество работников в компании, а также ее, как правило, среднегодовой доход;
- по территориальному размещению и уровню значимости с точки зрения общества бывают общегосударственные, региональные и местные хозяйствующие субъекты. В качестве примера можно привести железнодорожные компании, крупные промышленные предприятия регионального значения и торговые точки, расположенные в конкретном населенном пункте;
- организационно-правовые формы хозяйственной деятельности.

5.8 Виды и формы предпринимательской деятельности в странах Западной Европы и США

Индивидуальными предпринимателями, или коммерсантами в зарубежных правовых системах признаются физические лица, осуществляющие хозяйственные операции в различных сферах деятельности (производственной, торговой, транспортной, банковской и т.д.) и заключающие коммерческие сделки от своего имени. Служащие, работающие по договору найма, к числу предпринимателей или коммерсантов не относятся.

5.9.Социально-психологическая характеристика личности предпринимателя

Социально-психологические качества успешных предпринимателей давно служат объектом исследования для биографов, психологов и социологов. С целью разгадать

секрет успеха рассматриваются их характеры, способности, социальные характеристики. Так, исследования показали, что зависимость между IQ предпринимателя и эффективностью его деятельности криволинейная.

5.10. Понятие личности в психологии

Личность - одна из центральных тем современной психологии, понятие "личность" и "личностное" имеет свою историю и понимается по-разному.

К числу личностных не относятся особенности человека, которые генотипически или физиологически обусловлены, никак не зависят от жизни в обществе. К числу личностных не относят психологические качества человека, характеризующие его познавательные процессы или индивидуальный стиль деятельности, за исключением тех, которые проявляются в отношениях к людям, в обществе. "Личностные" особенности - это особенности социальные, скорее глубинные, говорящие скорее о направленности жизни человека и характеризующие человека как автора своей жизни.

5.11. Структура личности предпринимателя

В качестве модели иерархической структуры личности можно взять концепцию советского психолога К. К. Платонова, который выделял в личности четыре подструктуры.

Этот психолог представлял структуру личности в виде своеобразной пирамиды, фундаментом которой являлись генетические, физиологические и биохимические особенности человеческого организма, а высший уровень определялся социальными и духовными особенностями личности. Каждый следующий уровень в процессе индивидуального развития надстраивался над предыдущим. При этом высшие уровни, с одной стороны, зависели от низших, а с другой — активно влияли на них

5.12. Основные стадии поведения покупателей в процессе продажи товаров и услуг.

Сам процесс продажи товара — это также коммуникация, которую рассматривают, прежде всего, социологи и маркетологи. Окончательное решение купить (не купить) принимается в результате воздействия массы факторов. Воздействие этих факторов и обратная реакция покупателя и составляют сущность коммуникативного процесса в торговой сфере.

5.13. Основные этапы этих стадий и их логическая взаимосвязь.

Моделирование поведения потребителей — логическое построение действий потребителей, направленных на удовлетворение своих потребностей. Действия потребителей существенно различаются между собой по потребностям и целям покупок, характеру спроса, мотивации поведения и действиям на рынке.

5.14. Активные и пассивные приемы продажи.

Активные и пассивные продажи следует относить к деятельности менеджера по продажам. В современном мире это одна из самых востребованных специальностей. И хотя обязанность этого человека заключается в работе с клиентами, деятельность менеджера по активным продажам значительно отличается от деятельности менеджера по пассивным.

5.15 Классификация форм и методов продажи

Метод розничной продажи товаров — совокупность приемов и способов, с помощью которых осуществляется процесс продажи товаров населению

Традиционный метод розничной продажи (Продажа через прилавок) — метод розничной продажи товара, при котором продавец обеспечивает покупателю осмотр и выбор товара, упаковывает и отпускает товар.

Прогрессивный метод розничной продажи товаров — совокупность наиболее эффективных и удобных для населения приемов и способов розничной продажи товаров.

Самообслуживание — метод розничной продажи, основанный на самостоятельном осмотре, отборе и доставке покупателем отобранных товаров в узел расчета.

5.16. Понятие о стимулировании сбыта товаров и услуг.

Стимулирование сбыта — это совокупность приемов, применяемых на протяжении всего жизненного цикла товара в отношении трех участников рынка (потребителя, оптового торговца, продавца), для краткосрочного увеличения объема сбыта, а также для увеличения числа новых покупателей. Специалисты по маркетингу определяют концепцию стимулирования сбыта как деятельность, осуществляемую для того, чтобы сформировать у покупателей определенных категорий психологическую готовность согласиться на предложение продавца благодаря специфической информации о предприятии-продавце или его продукции и, в конечном счете, увеличить выручку предприятия.

5.17 Цена как фактор управления поведением покупателей.

Одна из разновидностей социального действия - целерациональное действие, суть которого состоит в том, что индивид выбирает рациональные цели в соответствии только с его естественными и разумными социальными потребностями, тщательно рассчитывает оптимальный путь к удовлетворению потребности и идет этим путем. На рынке целерационально действующий индивид становится "экономическим человеком", который выбирает экономически наиболее оптимальную цель (наиболее эффективный, то есть прочный и высокопроизводительный или полезный, товар при минимально доступной цене) и идет к ней максимально экономически эффективным путем (например, ищет по разным магазинам, где товар лучше и дешевле). Это идеальная модель поведения, которая в той или иной мере реализуется в поведении реальных людей.

5.18 Понятие об оптимальной цене и методах ее определения

Теория и практика ценообразования свидетельствует о том, что определить оптимальную цену в каждом отдельном случае возможно только при соблюдении строгих ограничительных условий.

Экономическая теория цен различает монопольный, олигопольный, монополистический и полипольный рынки в зависимости от числа действующих на них продавцов и покупателей.

5.19. Сущность диагностики психологии организации разных сфер деятельности

Психологическая диагностика в переводе с греческого языка обозначает "распознавание". Например, распознавание сформированности у детей навыков самообслуживания, культуры поведения, умения общаться и т.д. Психологическая диагностика предназначена для того, чтобы улучшить содержание учебно-воспитательной работы с детьми, а также с родителями.

5.20. Задачи психологии в различных сферах деятельности

Рассматривая организацию как потенциальный объект комплексного психологического воздействия, можно выделить несколько организационных уровней и соответствующих этим уровням задач:

- *уровень всей организации.* Здесь в качестве ведущих выступают задачи совершенствования организационной структуры, методов управления, стабилизации и развития кадров, социального развития коллектива, психологического обеспечения рекламной деятельности и т. п.;

- *уровень первичного коллектива.* Наиболее значимыми на данном уровне являются задачи обеспечения благоприятного социально-психологического климата, межличностной совместимости, эффективности групповой деятельности, предупреждения конфликтов и т.п.;

5.21. Сущность психологии организации

Сложность управления социальными системами обусловлена тем, что объектом менеджмента являются люди. Поведение личности в конкретной ситуации зависит от целого ряда ее факторов (интересы, характер, темперамент, эмоции и т.п.), которые предусматривают потребность особенностей личности.

Кроме того, лица в трудовом коллективе взаимодействуют между собой и между ними возникают симпатии и антипатии, формируются групповые ценности и интересы, психологический климат в коллективе.

5.22. Задачи психологии в организационной сфере

Организационная психология – прикладная отрасль психологии, изучающая все аспекты психической деятельности и поведения людей в организациях с целью повышения организационной эффективности и создания благоприятных условий для труда, индивидуального развития и психического здоровья членов организации.

5.23. Планирование продаж в филиалах

Процесс планирования продаж и операций (Sales and Operations Planning, S&OP) – это набор ежемесячных мероприятий, направленных на превращение стратегического плана компании в конкретные шаги по его реализации. Внедрение S&OP-процесса ведет к снижению издержек во всей цепочке поставок и позволяет минимизировать т.н. «потерянные продаж» и «замороженные» в виде запаса деньги.

5.24. Планирование продаж в торговых точках

Для сетевой компании, которая имеет несколько точек продаж, важно чтобы менеджеры «на местах» были заинтересованы и мотивированы увеличивать свои показатели и показатели своего филиала. Составление планов для каждого отдела или филиала, и установка зависимости материального вознаграждения от достижения этого плана — меры, которые помогут повысить эффективность работы линейных менеджеров по продажам, и руководителей филиалов.

5.25. Характеристика систем затрат

Организацию учета затрат на производство каждое предприятие осуществляет в соответствии с характером производственного процесса, а также особенностями выпускаемой продукции или выполняемых работ.

Особенно важное значение имеет правильная организация учета затрат по видам продукции, работ, услуг, подразделениям и своевременность учета, то есть правильная организация аналитического учета на материальных и иных счетах бухгалтерского учета, группирующих детальную информацию об имуществе и обязательствах внутри счетов синтетического учета.

5.26. Расчет суммы накладных расходов.

Компанией самостоятельно определяются параметры, пропорционально которым будут распределяться затраты.

При планировании накладных расходов применяются несколько методов:

1. Определение расходов пропорционально фонду оплаты труда работников, занятых на основном производстве, в составе прямых расходов.

Такой метод подойдет для организаций, в штате которой имеется значительное количество работников основного производства (преимущественное использование ручного труда).

5.27. Составление сметы

Сметная документация является неотъемлемой составной частью проекта и представляет его денежное выражение в базисном уровне цен на 01.01.2000, определенное в соответствии с СНБ-2001, МДС 81-35.2004, данной Методикой и техническими решениями, которые приняты в проекте с учетом действующих строительных норм и правил федерального (СНиП), территориального (ТСН) и отраслевого (ОСН) уровней.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ

6.1 Психология предпринимательства как учебная дисциплина

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.2 Предпринимательство как вид человеческой деятельности

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.3 Психология личности предпринимателя

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.4 Психологические аспекты продажи товаров и услуг

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.5 Современные психотехнологии продаж населения

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.6 Ценовое, технологическое и мотивационное стимулирование сбыта

При подготовки к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При

систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.7 Методы превентивной диагностики профессиональных качеств продавца

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.8 Психология внутренней среды организации

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.9 Планировка мест продажи и пространственное размещение товаров и услуг

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.

6.10 Составление сметы затрат на рекламу

При подготовке к занятию необходимо обратить внимание на следующие моменты. Необходимо ознакомиться с материалами лекции и рекомендуемой литературой. При систематизации материала по теме важно сравнивать определения основных понятий даваемые разными авторами. Сравнение необходимо для того, чтобы выбрать наиболее краткое и точное определение, а также для выделения основных признаков научного понятия, на которое обращают внимание различные авторы.