

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1157671	Технологии работы с клиентами

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Сервис в индустрии спорта и рекреации	Код ОП 1. 43.03.01/33.02
Направление подготовки 1. Сервис	Код направления и уровня подготовки 1. 43.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бахтиярова Наталья Павловна	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	сервиса и оздоровительных технологий
2	Дихорь Виктория Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	сервиса и оздоровительных технологий
3	Кондратович Светлана Викторовна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	сервиса и оздоровительных технологий

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Технологии работы с клиентами

1.1. Аннотация содержания модуля

Содержание модуля позволяет сформировать у студентов, теоретические знания о системе маркетинговых коммуникаций, ее видах, функциях, факторах определяющих эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций, прикладные знания в области организации рекламных кампаний, планировании бюджетов и анализе эффективности, представления о видах, типах и функциях рекламы, ее положения в структуре маркетинга, об этике в рекламе.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Поведение потребителей	3
2	Управление конфликтами	3
3	Технологии продаж спортивно-оздоровительных услуг	3
ИТОГО по модулю:		9

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	1. Персоналоведение

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Поведение потребителей	ПК-3 - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере	З-2 - Определяет тип потребителя и подходы к потребителю в сфере сервиса У-1 - Устанавливает взаимосвязи между элементами личностной типологии потребителя и принципами коммуникаций с ними в процессе оказания услуг

	<p>профессиональной деятельности</p>	<p>П-1 - Строит системы клиентских отношений с учетом требований потребителя и особенностей деловых отношений в сфере сервиса</p>
	<p>ПК-8 - Способен разрабатывать и применять современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей</p>	<p>З-1 - Перечисляет виды используемых технических средств, для оказания услуги соответствующих требованиям потребителей</p> <p>З-2 - Определяет принципы и модели потребительского поведения</p> <p>У-1 - Выбирает новые сервисные технологии и обосновывает адекватность методов предоставления услуг</p> <p>П-2 - Выполняет разработку и реализовывает программы по изменению спроса на товар, услугу</p> <p>П-3 - Моделирует альтернативные модели поведения потребителей</p>
<p>Технологии продаж спортивно-оздоровительных услуг</p>	<p>ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p>	<p>З-4 - Описывает технологию обработки информации в процессе предоставления услуг</p> <p>У-4 - Выбирает продукт с учетом современных технологических процессов</p> <p>П-4 - Моделирует покупательские сигналы клиента, методы разрушения контраргументации потребителей, визуального прогнозирования решений клиента</p>
	<p>ПК-4 - Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>З-2 - Перечисляет основные положения технологии продаж на предприятиях сервиса</p> <p>У-3 - Выбирает оптимальные сервисные технологии, применяемые в процессе обслуживания потребителей услуг</p> <p>П-4 - Имеет практический опыт сбора потенциальной клиентской базы, опираясь на специфику компании, ее продукта или предоставляемых услуг</p>
	<p>ПК-8 - Способен разрабатывать и применять современные сервисные технологии в процессе предоставления</p>	<p>З-1 - Перечисляет виды используемых технических средств, для оказания услуги соответствующих требованиям потребителей</p>

	услуг, соответствующих требованиям потребителей	<p>У-1 - Выбирает новые сервисные технологии и обосновывает адекватность методов предоставления услуг</p> <p>П-1 - Осуществляет обоснованный выбор способов внедрения и использования, современных сервисных технологии в процесс предоставления услуг потребителю</p>
Управление конфликтами	ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом	<p>З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p> <p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Поведение потребителей

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бахтиярова Наталия Павловна	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	сервиса и оздоровительных технологий
2	Дихорь Виктория Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	сервиса и оздоровительных технологий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Бахтиярова Наталия Павловна, Преподаватель, сервиса и оздоровительных технологий
- Дихорь Виктория Александровна, Старший преподаватель, сервиса и оздоровительных технологий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Потребитель в системе маркетинга.	<p>Раскрыта сущность поведения потребителей как науки и практической деятельности. Даны основные определения, сформулированы цели изучения дисциплины, сгруппированы основные принципы. Рассмотрены вопросы соотношения дисциплины «Поведения потребителей» с другими дисциплинами профессионального цикла.</p> <p>Рассмотрена эволюция поведения потребителей на основе основных этапов развития маркетинга: совершенствование производства, совершенствование товара, сбытовая, чистый и социально-этический маркетинг. Определены основные понятия: «бихевиоризм», «позитивизм», «постмодернизм» и другие. Дана оценка каждому этапу, выявлены особенности подходов к работе с потребителями.</p>
P2	Влияние внешней среды на поведение потребителей.	<p>Рассмотрены основные группы факторов, оказывающих влияние на покупательское поведение потребителей при покупке товаров широкого потребления: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.</p> <p>Культура, этническая принадлежность и социальный класс. Влияние семьи и домохозяйства. Влияние группы и влияние личности.</p> <p>Воздействие культуры на поведение потребителей. Маркетинг и базовые ценности. Изменение ценностей. Национальная</p>

		<p>культура. Этнические микрокультуры и их влияние на поведение потребителей. Социальный класс как микрокультура.</p> <p>Важность потребительского поведения семьи и домохозяйства. Ролевое поведение. Жизненный цикл семьи. Изменение структуры семьи и домохозяйства. Изменение роли женщины. Изменение роли мужчины. Дети и поведение потребителей. Методология исследования процесса принятия решения в семье.</p> <p>Влияние группы и влияние личностей на человека. Как референтная группа влияет на человека. Оказание влияния в процессе парных взаимодействий. Устные коммуникации и лидеры мнений в рекламной и маркетинговой стратегии. Диффузия инноваций. Процесс диффузии. Перспективы управления принятием и распространением инноваций.</p> <p>Рассмотрены факторы, оказывающие влияние на потребителей при покупке товаров промышленного назначения: окружающая обстановка, особенности закупочной организации, межличностные отношения, индивидуальные особенности личности. Методы исследования и оценки запросов потребителей.</p>
<p>P3</p>	<p>Индивидуальные характеристики, влияющие на поведение потребителей.</p>	<p>Анализ и прогнозирование и поведения потребителя (демографический анализ и социальная политика, демография и промышленный спрос). Изучается вопрос возможности изменения структуры потребительского рынка, изменение возрастных характеристик рынков, изменение географии потребления. Дана оценка экономических ресурсов как фактора, влияющего на поведение потребителей.</p> <p>Демография глобального рынка и привлекательность рынка. Влияние индивидуальных различий на поведение потребителей. Личность и поведение потребителя. Ценности личности (Шкала ценностей М. Рокича, Шкала ценностей Ш. Шварца, Ценности и процесс принятия решения потребителя, Многоступенчатый анализ). Концепция стиля жизни и его измерение (Психографика, Сегментация рынка, VALS™, LOV, Глобальные образы жизни).</p> <p>Изучены типы потребностей потребителей. Мотивационный конфликт и ранжирование потребностей. Интенсивность мотивации. Трудности понимания мотивации потребителя. Мотивирование потребителей. Важность знаний потребителей. Типы знаний потребителей. Источники знаний потребителей. Преимущества понимания знаний потребителей.</p> <p>Дана оценка следующим вопросам: убеждения потребителей, чувства потребителей, установки потребителей, намерения потребителей.</p>
<p>P4</p>	<p>Модели исследования поведения потребителей.</p>	<p>Значение исследований в поведении потребителей. В разделе внимание уделено разным моделям анализа поведения потребителей, как в теоретическом, так и прикладном аспекте.</p> <p>Рассмотрены направления анализа потребителей, а также методы проведения анализа и сегментирования потребителей и</p>

		<p>подходы к ним. Акцентировано внимание на типологии российского потребителя.</p> <p>Поведение субъекта, как реакция на стимулы. Модели распределения роле участников предпокупочного процесса. Модели оценки товаров потребителями.</p>
Р5	Процесс принятия решений потребителями.	<p>Рассмотрена и изучена модель процесса принятия решения потребителем по основным ее стадиям: осознание потребности, поиск информации, предпокупочная оценка вариантов, покупка, потребление, оценка вариантов по результатам потребления, освобождение.</p> <p>Рассмотрены и изучены переменные, формирующие процесс принятия решения (индивидуальные различия, влияние среды, психологические процессы). Изучены основные типы принятия решения (континуум процесса решения, первичная покупка, повторные и импульсивные покупки, поиск разнообразия).</p> <p>Даны определения основным факторам, влияющим на расширение решения проблемы (степень вовлеченности, наличие времени, настроение потребителя). Диагностика поведения потребителей.</p> <p>Процесс принятия решений потребителями. Предпокупочные процессы: осознание потребности, поиск и оценка вариантов. Покупка. Послепокупочные процессы: потребление и последующая оценка.</p>
Р6	Разработка маркетинговых стратегий для организаций, ориентированных на потребителей	<p>Разработка маркетинговых стратегий для организаций, ориентированных на потребителей. Использование модели принятия решения организациями. Особенности рынка организаций. Покупатели от имени организаций.</p> <p>Особенности проведения анализа рынка: товаров промышленного назначения, промежуточных продавцов, государственных учреждений.</p> <p>Особенности и значение сегментации рынка. Формирование стратегии маркетинг-микс. Показана и обоснована ценность брендов в стратегии маркетинга. Реализация стратегии.</p> <p>Продемонстрированы достоинства недостатки стратегии формирования лояльности и удержания потребителя/покупателя (управление взаимоотношений с потребителем/покупателем), а также глобальных стратегий маркетинга.</p>
Р7	Консюмеризм и общество	<p>Понятие консюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консюмеризм.</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной	Вид воспитательной	Технология воспитательной	Компетенция	Результаты обучения
----------------------------	--------------------	---------------------------	-------------	---------------------

деятельности	деятельности	деятельности		
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-3 - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	<p>З-2 - Определяет тип потребителя и подходы к потребителю в сфере сервиса</p> <p>У-1 - Устанавливает взаимосвязи между элементами личностной типологии потребителя и принципами коммуникаций с ними в процессе оказания услуг</p> <p>П-1 - Строит системы клиентских отношений с учетом требований потребителя и особенностей деловых отношений в сфере сервиса</p>
			ПК-8 - Способен разрабатывать и применять современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей	<p>З-1 - Перечисляет виды используемых технических средств, для оказания услуги соответствующих требованиям потребителей</p> <p>З-2 - Определяет принципы и модели потребительского поведения</p> <p>У-1 - Выбирает новые сервисные технологии и обосновывает</p>

				<p>адекватность методов предоставления услуг</p> <p>П-2 - Выполняет разработку и реализовывает программы по изменению спроса на товар, услугу</p> <p>П-3 - Моделирует альтернативные модели поведения потребителей</p>
--	--	--	--	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Электронные ресурсы (издания)

1. Невоструев, П. Ю.; Маркетинг и маркетинговые исследования : учебно-методический комплекс.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91070> (Электронное издание)
2. Тультаев, Т. А.; Маркетинг товаров и услуг : учебно-практическое пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91071> (Электронное издание)
3. Иган, Д., Д., Лалаян, Е. Э.; Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710> (Электронное издание)
4. Макарова, Т. Н.; Поведение потребителей : практикум.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863> (Электронное издание)
5. Дубровин, И. А.; Поведение потребителей : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450723> (Электронное издание)
6. Меликян, О. М.; Поведение потребителей : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281> (Электронное издание)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>
2. ЭБС IPRbooks (Библиокомплектатор) ООО «Ай Пи Эр Медиа» <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Российская государственная библиотека www.rsl.ru
4. Зональная научная библиотека. Режим доступа: <http://lib.urfu.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийное оборудование	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийное оборудование	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Мультимедийное оборудование</p>	
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit</p> <p>RUS OLP NL Acdmc</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Управление конфликтами

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Дихорь Виктория Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	сервиса и оздоровительных технологий
2	Кондратович Светлана Викторовна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	сервиса и оздоровительных технологий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Дихорь Виктория Александровна, Старший преподаватель, сервиса и оздоровительных технологий
- Кондратович Светлана Викторовна, Старший преподаватель, сервиса и оздоровительных технологий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1.T1	Наука конфликтология как теория и практика	Становление конфликтологии, предмет и методы исследования. Причины и предпосылки возникновения конфликтов. История развития теории конфликтов в философии Нового времени и отечественной конфликтологии. Актуальность проблем конфликтологии в условиях рынка и конкуренции. Понятийный аппарат конфликтологии.
P1.T2	Природа и сущность конфликта	Исследовательские методы науки о конфликте: диагностика и анализ конфликта. Природа конфликта в структурном функционализме, теория позитивно-функционального и социального конфликта. Конфликт как социально-психологический феномен. Объективные факторы возникновения конфликтов. Человеческий фактор в возникновении конфликтов как фундаментальная причина конфликтов.
P1.T3	Структура, функции и динамика протекания конфликта.	Структурные элементы (модель) конфликта. Объективные элементы конфликта (участники конфликта, предмет, объект конфликта, микро- и макросреда). Психологические составляющие конфликта (мотивы сторон).

P2.T1	Личность и внутриличностные конфликты	Показатели внутриличностного конфликта в когнитивной, эмоциональной, поведенческой сфере. Причины и последствия внутриличностных конфликтов. Условия предупреждения и механизмы разрешения внутриличностных конфликтов.
P2.T2	Межличностный конфликт	Источники, объективные и субъективные причины возникновения межличностных конфликтных ситуаций в социальной сфере. Психология общения и поведения личности в конфликте. Основы классификации межличностных конфликтов.
P2.T3	Конфликты в сфере организационных и социальных отношений	Особенности организационных конфликтов, их основные типы. Сущность трудового конфликта, виды трудовых конфликтов в организации. Анализ методов урегулирования конфликтов в организации. Причины конфликтов в звене «руководитель - подчиненный». Основные методы предупреждения конфликтов «по вертикали». Разрешение конфликтов в сфере «руководитель - подчиненный».
P2.T4	Межгрупповой конфликт	Особенности и механизмы возникновения межгрупповых конфликтов. Типология меж- групповых конфликтов. Структурная характеристика межэтнических и политического конфликта.
P3.T1	Прогнозирование и профилактика конфликтов	Этапы и последовательность оптимального управления конфликтом. Переговоры как универсальный атрибут любой стратегии конфликтного действия. Картография конфликта. Основные объективные условия, способствующие профилактике деструктивных конфликтов.
P3.T2	Основы предупреждения конфликтов	Организационно-управленческие и социально-психологические условия профилактики конфликтов. Основные способы изменения поведения в предконфликтной ситуации. Приемы воздействия на конфликтующего партнера. Основные методы психокоррекции конфликтного поведения.
P3.T3	Способы управления конфликтом	Технологии разрешения конфликтов: тактика избегания и силового подавления, медиация и переговоры. Универсальные средства разрешения организационных конфликтов.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональн	целенаправленна	Технология	ОПК-3 - Способен	3-1 - Изложить

ое воспитание	я работа с информацией для использования в практических целях	формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом	возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом 3-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности
---------------	---	--	--	---

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление конфликтами

Электронные ресурсы (издания)

1. , Ратников, В. П.; Конфликтология : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115393> (Электронное издание)
2. Стекачева, А. Д.; Управление конфликтами и стрессами на предприятии; Лаборатория книги, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140857> (Электронное издание)
3. Кибанов, А. Я., Кибанов, А. Я.; Управление персоналом: теория и практика. Управление конфликтами и стрессами : учебно-практическое пособие.; Проспект, Москва; 2013; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252116> (Электронное издание)
4. Бахтуридзе, З. З.; Конфликтология и речевая конфликтология : методическое пособие.; НОУ «Институт специальной педагогики и психологии», Санкт-Петербург; 2013; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438755> (Электронное издание)
5. Ветрова, Е. А.; Экономическая конфликтология : учебно-методическое пособие.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493968> (Электронное издание)

6. Райзберг, Б. А.; Психологические основы управления : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114549> (Электронное издание)
7. Науменко, Е. А.; Деловые коммуникации : хрестоматия.; Тюменский государственный университет, Тюмень; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567456> (Электронное издание)
8. Цветков, В. Л.; Психология конфликта: от теории к практике : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118984> (Электронное издание)
9. Бороздина, Г. В.; Психология и этика деловых отношений : учебное пособие.; РИПО, Минск; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463538> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Староверова, К. О.; Управление конфликтами в учреждениях культуры: методика обучения : науч.-метод. пособие.; ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ, Москва; 2005 (4 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>
2. ЭБС IPRbooks (Библиокомплектатор) ООО «Ай Пи Эр Медиа» <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Российская государственная библиотека www.rsl.ru
4. Зональная научная библиотека. Режим доступа: <http://lib.urfu.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление конфликтами

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		<p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Мультимедийное оборудование</p>	
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Мультимедийное оборудование</p>	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Мультимедийное оборудование</p>	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии продаж спортивно-
оздоровительных услуг

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бахтиярова Наталия Павловна	без ученой степени, без ученого звания	Преподавате ль	сервиса и оздоровительных технологий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Бахтиярова Наталия Павловна, Преподаватель, сервиса и оздоровительных технологий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
T1	Основные понятия в области продажи. Эволюция процесса продажи.	Товар и услуга. Торговля. Виды и формы торговли. Процесс продаж. Эволюция процесса продаж. Этапы процесса продаж.
T2	Основы технологии активных продаж	Понятие активных продаж. Субъекты процесса продаж, их характеристика. Алгоритм активной продажи. Приемы определения и отбора покупателей. Подготовка к работе с покупателем. Создание собственного круга покупателей.
T3	Установление контакта с покупателем	Барьеры общения. Формирование первого впечатления. Коммуникативные сигналы. Контакт с клиентом. Невербальные сигналы. Вербальные сигналы.
T4	Прояснение потребности покупателя	Техники, позволяющие услышать и понять клиента. Техника формулирования вопросов. Техники повторения и перефразирования. Другие техники активного слушания. Типичные ошибки использования данных техник.
T5	Коммерческая презентация	Характеристика товара. Преимущества. Особенности. Ценность, Выгода.. Правила. Презентации товара, услуги. Учет особенностей и систем восприятия клиентов. Психологические приемы презентации товара. Особенности групповой презентации.
T6	Аргументация. Работа с возражениями клиента	Правила аргументации. Приемы аргументации. Ошибки аргументации. Причины, побуждающие клиентов выступать с замечаниями и возражениями. Типичные возражения. Алгоритм работы с возражениями. Техники, применяемые на

		каждом этапе работы с возражением. Работа с группой клиентов.
T7	Заключение сделки. Выход из контакта.	Переговоры о цене. Аргументы в защиту цены. Поведение при обсуждении цены. Содействие принятию клиентами решений. Убеждение. Внушение. Обращение к выгоде клиента. Способы завершения продажи. Выход из контакта. Отношения с клиентом после продажи.
T8	Особенности телефонных продаж	Особенности, правила и этапы телефонных переговоров. Цель телефонных переговоров. Выбор контактного лица. Возражения по телефону.
T9	Работа с клиентом в конфликтной ситуации	Конфликтное поведение. Моделирование эффективного поведения в конфликтной ситуации. Эмоциональное напряжение. Трудные клиенты.
T10	Поиск новых клиентов	Определение поля поиска новых клиентов. Техники сбора информации о клиентах. Групповые методы, применяемые для решений задач в продажах, маркетинге и рекламе.
T11	Характеристика должности специалиста по продажам	Специалист по продажам. Функции и задачи. Синдром сгорания. Предстартовые состояния. Приемы саморегуляции. Ассертивное поведение. Самодиагностика стиля продажи. Самопрезентация специалиста по продажам.
T12	Коммерческие переговоры	Постановка цели и подготовка к переговорам. Личные качества успешного переговорщика. Качества, препятствующие успешности переговоров. Выбор стратегии переговоров. Роли, которые участники переговоров играют в переговорном процессе. Правила конструктивного общения на переговорах. Основные правила завершения переговоров.
T13	Самоорганизация специалиста по продажам	Время как ресурс. Внутренние и внешние помехи. Ситуации. Система управления временем. Анализ времени. Целеполагание. Планирование. Исполнение. Контроль. Личная эффективность.
T14	Управление персоналом отдела продаж	Стили руководства. Планирование персонала. Подбор персонала и оценка при отборе кандидатов на должность специалиста по продаже. Расстановка персонала отдела продаж. Организация деловых коммуникаций. Мотивация и стимулирование. Обучение и развитие. Типичные конфликтные ситуации в отделе продаж. Оценка эффективности деятельности специалиста по продажам. Проблемы, связанные с высвобождением персонала

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональн	целенаправленна	Технология	ПК-4 - Способен	3-2 - Перечисляет

ое воспитание	я работа с информацией для использования в практических целях	формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	<p>основные положения технологии продаж на предприятиях сервиса</p> <p>У-3 - Выбирает оптимальные сервисные технологии, применяемые в процессе обслуживания потребителей услуг</p> <p>П-4 - Имеет практический опыт сбора потенциальной клиентской базы, опираясь на специфику компании, ее продукта или предоставляемых услуг</p>
			<p>ПК-8 - Способен разрабатывать и применять современные сервисные технологии в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей</p>	<p>З-1 - Перечисляет виды используемых технических средств, для оказания услуги соответствующих требованиям потребителей</p> <p>У-1 - Выбирает новые сервисные технологии и обосновывает адекватность методов предоставления услуг</p> <p>П-1 - Осуществляет обоснованный выбор способов внедрения и</p>

				использования, современных сервисных технологии в процесс предоставления услуг потребителю
--	--	--	--	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продаж спортивно-оздоровительных услуг

Электронные ресурсы (издания)

1. , Левушкина, С. В.; Товарный менеджмент : учебное пособие.; Агрус, Ставрополь; 2014; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277449> (Электронное издание)
2. Джоббер, Д., Д., Егоров, В. Н.; Продажи и управление продажами : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548> (Электронное издание)
3. Кондрашов, В. М., Горфинкель, В. Я.; Управление продажами : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118749> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Панова, А. К.; Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие.; Дашков и К°, Москва; 2014 (1 экз.)
2. Иванова, С. В., Светлана В.; Продажи на 100%. Эффективные техники продвижения товаров и услуг; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2007 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>
2. ЭБС IPRbooks (Библиокомплектатор) ООО «Ай Пи Эр Медиа» <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Российская государственная библиотека www.rsl.ru
4. Зональная научная библиотека. Режим доступа: <http://lib.urfu.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продаж спортивно-оздоровительных услуг

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийное оборудование	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийное оборудование	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Мультимедийное оборудование	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

		соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
--	--	---	--