

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Тема выбирается студентом самостоятельно и согласовывается с преподавателем (тьютором).

Объем контрольной работы — 8—12 страниц (на листах формата А4, текст набирается в формате Word, шрифт — Times New Roman, кегль — 14, интервал — 1,5).

Примерная структура работы:

- теоретическая часть — описание рассматриваемой проблемы, обзор взглядов и концепций на основе рекомендованных источников и лекций;
- практическая часть — примеры и иллюстрации из собственной практики и/или из материалов периодической печати, Web-сайтов, приведенных в списке, или сайтов различных компаний и фирм.

Перечень тем:

1. Психодинамические свойства и особенности темперамента, влияющие на эффективность процесса управления продажами.
2. Природа сомнений и возражений клиентов, использование коммуникативных техник для их разрешения.
3. Технология повышения психологической готовности к межличностному взаимодействию.
4. Особенности применения психологии в решении проблем эмоциональной сферы деятельности и поведения.
5. Использование наиболее эффективного стиля общения с клиентами.
6. Психологическая культура делового разговора и ее влияние на процесс управления продажами. Стадии установления контакта с покупателем.
7. Постановка вопросов и техника ответов на них в общении с клиентами. Влияние взаимосвязи темперамента и других свойств личности на успешное выполнение торговых функций.
8. Разрядка отрицательных эмоций и техника самоуспокоения. Психологические приемы, используемые для получения необходимой информации о клиенте.
9. Поведение с собеседниками различных психологических типов в процессе продажи.
10. Взаимоотношения между персональной продажей и маркетингом.
11. Характер и его проявление при общении «продавец — покупатель».

12. Главные аспекты управления продажами. Роль модальности в процессе общения с клиентами.
13. Характерные черты преуспевающих торговых агентов.
14. Управление взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-программы.
15. Процесс установления контакта с потенциальными клиентами.
16. Вступление в контакт с потенциальным покупателем в процессе управления продажами.
17. Формирование у менеджеров навыков и технологий эффективного проведения сделки.
18. Методы выявления ожиданий покупателей для совершенствования процесса управления продажами.
19. Оценка эффективности работы торгового персонала по управлению продажами.
20. Проблемы морального и этического характера в управлении продажами.