

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВО «СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ:
Ректор

М.В. Румянцев
2021 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

**«Культура переговоров в коммерческой деятельности.
Медиативный подход»**

Красноярск 2021

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Аннотация программы

Программа повышения квалификации «Культура переговоров в коммерческой деятельности. Медиативный подход» разработана во исполнение Федерального закона № 193-ФЗ от 27 июля 2010 г. «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)».

Программа повышения квалификации разработана в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист в области медиации (медиатор)» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 15 декабря 2014 г. № 1041н), соответствует 6 уровню квалификации. Программа предназначена для работников коммерческой сферы и предусматривает освоение технологий профилактики и урегулирования конфликтов между участниками коммерческих отношений посредством применения медиативного подхода.

Слушатели, освоившие программу повышения квалификации, получают удостоверение. Содержание программы представлено пятью содержательными модулями.

1.2. Цель реализации программы

Цель реализации программы — формирование у слушателей профессиональных компетенций в соответствии с трудовыми функциями медиатора по применению медиативного подхода в профилактике и урегулировании конфликтов в коммерческой деятельности.

1.3. Компетенции (трудовые функции)

Настоящая программа повышения квалификации разработана в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист в области медиации (медиатор)» и направлена на освоения слушателями следующей обобщенной трудовой функции (ОТФ):

А: Ведение процедуры медиации (без специализации), а также в рамках этой ОТФ на освоение ими следующих трудовых функций:

- А/01.6 Организационно-техническое и документарное обеспечение процедуры медиации.
- А/02.6 Подготовка к процедуре медиации.
- А/03.6 Ведение процесса выработки, согласования условий медиативного соглашения и завершение процедуры медиации.

В: Ведение процедуры медиации в специализированной сфере, а также в рамках этой ОТФ на освоение ими следующих трудовых функций:

- В/01.7 Подготовка к процедуре медиации в специализированной сфере.
- В/02.7 Ведение процесса выработки, согласования условий медиативного соглашения и завершение процедуры медиации в специализированной сфере.

1.4. Планируемые результаты обучения

Слушатель, освоивший программу, будет обладать профессиональными компетенциями, включающими в себя способность:

РО 1. Устанавливать структуру конфликта, динамику, стратегии поведения в конфликтной ситуации:

- анализировать структуру и динамику конфликта;
- классифицировать основные виды конфликтов;
- планировать стратегии и тактики поведения в конфликтной ситуации;
- проектировать основные способы воздействия на конфликт.

РО 2. Прогнозировать применение навыков эффективной коммуникации:

- анализировать структуру общения как социального взаимодействия;
- анализировать вербальные и невербальные средства общения;

- анализировать закономерности передачи и приема информации;
- аргументировать применение специальных коммуникативных техник в своей профессиональной деятельности: раппорт, подстройка, техника малого разговора, активное слушание, рефлексивное слушание, эмпатийное слушание, вербализация чувств собеседника, отражение чувств, правила постановки вопросов, техника прояснения смыслов («распаковка смыслов»), Я-сообщения, эхо-техника, парафраз, рефрейминг, резюмирование.

РО 3. Производить оценку своих психологических особенностей и особенностей клиентов:

- определять тип темперамента личности;
- определять характерологические особенности личности;
- соотносить характер с темпераментом, типом акцентуации характера;
- соотносить понятия задатки, способности, ресурсы;
- выделять виды способностей;
- соотносить понятия чувства и эмоции;
- обобщать виды эмоций, их основные характеристики (валентность, интенсивность, стеничность, содержание), мимическую обратную связь;
- анализировать структуру волевого акта;
- анализировать саморегулирующую функцию личности: самоконтроль, свобода воли, волевое действие.

РО 4. Находить индивидуальный подход в продажах:

- применять специальные коммуникативные техники для поиска клиента и установления контакта с ним;
- применять специальные коммуникативные техники с целью персонализации продаж;
- применять специальные коммуникативные техники для сопровождения клиента: консультирование, дополнительные продажи, сопровождение сделки, удержание;
- применять специальные коммуникативные техники для работы с возражениями и в конфликтных ситуациях.

РО 5. Интегрировать инструменты медиативного подхода в коммерческую деятельность.

1.5. Категория слушателей

Лица, имеющие среднее профессиональное, высшее образование в любой сфере.

1.6. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение

Среднее профессиональное или высшее образования.

1.7. Продолжительность обучения: 144 часа.

1.8. Форма обучения: очно-заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

1.9. Требования к материально-техническому обеспечению

Персональный компьютер или ноутбук с доступом к сети Интернет, с установленным программным обеспечением: Microsoft Office, Adobe FlashPlayer, Adobe Reader, браузер Google Chrome или Mozilla Firefox последней версии.

1.10. Документ об образовании: удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебно-тематический план

Наименование и содержание разделов и тем программы	Всего часов	В том числе:		Использование средств ЭО и ДОТ	Результаты обучения
		Контактная работа	Самостоятельная работа		
Модуль 1. Конфликт. Технология урегулирования конфликтов	22	16	6		РО 1. Устанавливать структуру конфликта, динамику, стратегии поведения в конфликтной ситуации
Общая теория конфликта. Определение конфликта	4	4		Интерактивная лекция, тест в LMS Moodle, видео; групповая дискуссия, практические упражнения в пространстве Zoom	- анализировать структуру и динамику конфликта; - классифицировать основные виды конфликтов; - планировать стратегии и тактики поведения в конфликтной ситуации; - проектировать основные способы воздействия на конфликт
Управление конфликтами и переговоры. Виды конфликтов и классификация	6	4	2		
Теория поведения в конфликте Томас-Килманн	6	4	2		
Причины конфликтов. Способы воздействия на конфликт	6	4	2		
Модуль 2. Эффективная коммуникация как инструмент профилактики и разрешения конфликтных ситуаций	40	28	12		РО 2. Прогнозировать применение навыков эффективной коммуникации
Общение как социальное взаимодействие: коммуникация, интеракция, перцепция. Структура коммуникативного акта	6	4	2	Интерактивная лекция, тест в LMS Moodle, видео; групповая дискуссия, практические упражнения в пространстве Zoom	- анализировать структуру общения как социального взаимодействия; - анализировать вербальные и невербальные средства общения; - анализировать закономерности передачи и приема информации; - аргументировать применение специальных коммуникативных техник в своей профессиональной деятельности: раппорт, подстройка, техника малого разговора, активное слушание, рефлексивное слушание, эмпатийное слушание, вербализация чувств собеседника, отражение чувств, правила
Вербальные и невербальные средства общения	6	4	2		
Закономерности передачи и приема информации, каналы связи	4	4			
Медиативные техники как инструмент эффективной коммуникации: раппорт, подстройка, техника малого разговора	6	4	2		
Медиативные техники как инструмент эффективной коммуникации: активное слушание, рефлексивное слушание, эмпатийное слушание, вербализация чувств собеседника, отражение чувств	6	4	2		

Наименование и содержание разделов и тем программы	Всего часов	В том числе:		Использование средств ЭО и ДОТ	Результаты обучения
		Контактная работа	Самостоятельная работа		
Медиативные техники как инструмент эффективной коммуникации: правила постановки вопросов, техника прояснения смыслов («распаковка смыслов»), я-сообщения, эхо-техника	6	4	2		постановки вопросов, техника прояснения смыслов («распаковка смыслов»), Я-сообщения, эхо-техника, парафраз, рефрейминг, резюмирование
Медиативные техники как инструмент эффективной коммуникации: парафраз, рефрейминг, резюмирование	6	4	2		
Модуль 3. Психологические особенности личности	34	22	12		РО 3. Производить оценку своих психологических особенностей и особенностей клиентов
Типы темперамента личности: сангвиник, холерик, меланхолик, флегматик	4	2	2	Интерактивная лекция, тест в LMS Moodle, видео; групповая дискуссия, практические упражнения в пространстве Zoom	- определять тип темперамента личности; - определять характерологические особенности личности; - соотносить характер с темпераментом, типом акцентуации характера; - соотносить понятия задатки, способности, ресурсы; - выделять виды способностей; - соотносить понятия чувства и эмоции; - обобщать виды эмоций, их основные характеристики (валентность, интенсивность, стеничность, содержание), мимическую обратную связь; - анализировать структуру волевого акта; - анализировать саморегулирующую функцию личности: самоконтроль, свобода воли, волевое действие
Характерологические особенности личности	6	4	2		
Связь характера и темперамента. Типы акцентуаций характера по А.Е. Личко	6	4	2		
Соотношение понятий задатки, способности, ресурсы личности	4	2	2		
Основные виды способностей. Способности и потребности в структуре личности	2	2			
Соотношение понятий чувства и эмоции	2	2			
Виды эмоций, их основные характеристики: валентность, интенсивность, стеничность, содержание. Мимическая обратная связь	4	2	2		
Структура волевого акта	2	2			
Саморегуляция личности: самоконтроль, свобода воли, волевое поведение	4	2	2		
Модуль 4. Индивидуальный подход в продажах	24	16	8		РО 4. Находить индивидуальный подход в продажах

Наименование и содержание разделов и тем программы	Всего часов	В том числе:		Использование средств ЭО и ДОТ	Результаты обучения
		Контактная работа	Самостоятельная работа		
Поиск клиента и установление контакта с ним: техники	6	4	2	Интерактивная лекция, тест в LMS Moodle, видео; групповая дискуссия, практические упражнения в пространстве Zoom	- применять специальные коммуникативные техники для поиска клиента и установления контакта с ним; - применять специальные коммуникативные техники с целью персонализации продаж; - применять специальные коммуникативные техники для сопровождения клиента: консультирование, дополнительные продажи, сопровождение сделки, удержание; - применять специальные коммуникативные техники для работы с возражениями и в конфликтных ситуациях
Персонализация продаж: техники	6	4	2		
Сопровождение клиента: консультирование, допродажи, сопровождение сделки, удержание клиента. Техники	6	4	2		
Работа с возражениями и конфликтами. Техники	6	4	2		
Модуль 5. Коммерческая деятельность в медиативном подходе	14	12	2		РО 5. Интегрировать инструменты медиативного подхода в коммерческую деятельность
Ведение коммерческой деятельности в медиативном подходе	14	12	2	Интерактивная лекция, тест в LMS Moodle, видео; групповая дискуссия, практические упражнения в пространстве Zoom	
Итоговая аттестация	10	6	4		РО 1–РО 5
ИТОГО	144	100	44		

2.2. План учебной деятельности

Результаты обучения	Учебные действия/ формы текущего контроля	Используемые ресурсы/ инструменты/ технологии
Устанавливать структуру конфликта, динамику, стратегии поведения в конфликтной ситуации	Лекции. Дискуссия. Работа в группах. Обсуждение. Изучение материалов лекций и выполнение заданий в системе электронного обучения СФУ	Интерактивная лекция, интерактивный семинар. Практикумы, анализ и решение кейсовых задач. Видеоконференции в Zoom. Тест по итогам обучения
Прогнозировать применение навыков эффективной коммуникации	Лекции. Дискуссия. Работа в группах. Обсуждение. Изучение материалов лекций и выполнение заданий в системе электронного обучения СФУ	Интерактивная лекция, интерактивный семинар. Практикумы, анализ и решение кейсовых задач. Видеоконференции в Zoom. Тест по итогам обучения
Производить оценку своих психологических особенностей и особенностей клиентов	Лекции. Дискуссия. Работа в группах. Обсуждение. Изучение материалов лекций и выполнение заданий в системе электронного обучения СФУ	Интерактивная лекция, интерактивный семинар. Практикумы, анализ и решение кейсовых задач. Видеоконференции в Zoom. Тест по итогам обучения
Находить индивидуальный подход в продажах	Лекции. Дискуссия. Работа в группах. Обсуждение. Изучение материалов лекций и выполнение заданий в системе электронного обучения СФУ	Интерактивная лекция, интерактивный семинар. Практикумы, анализ и решение кейсовых задач. Видеоконференции в Zoom. Тест по итогам обучения
Интегрировать инструменты медиативного подхода в коммерческую деятельность	Выполнение кейс-задания: демонстрация навыков работы в медиативном подходе. Написание и защита проекта.	Интерактивная лекция, интерактивный семинар. Практикумы, анализ и решение кейсовых задач. Видеоконференции в Zoom. Тест по итогам обучения

2.3. Самостоятельная работа

Выполнение самостоятельной работы слушателями предполагается как в удаленном режиме, так и в дистанционном режиме в рамках электронного курса, размещенного в системе электронного обучения СФУ:

- обобщение и систематизация теоретического материала в соответствии с модулями программы в форме выполнения заданий в системе электронного обучения СФУ;
- выполнении кейс-заданий конфликтных и спорных ситуаций;
- прохождении онлайн теста;
- личные консультации с преподавателем, обсуждение заданий на форуме электронного обучения СФУ.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

3.1. Учебно-методическое обеспечение, в т.ч. электронные ресурсы в корпоративной сети СФУ и сети Интернет

3.1.1. Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/.

3.1.2. Основная литература

1. Гришина Н.В. Психология конфликта. – СПб.: Питер, 2004. – 464 с.
2. Уиллер М. Искусство переговоров: как договариваться с людьми в условиях неопределенности и без сценария. – М.: Межрегиональный центр управленческого и политического консультирования, 2016. – 342 с.
3. Григорьева Т.Г. Основы конструктивного общения: практикум. – 2-е изд., испр. и доп. – Новосибирск: Изд-во Новосиб. ун-та, 1999. – 121 с.
4. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – Киев: Эльга, 2013. – 780 с.
5. Коротков Э.М. Практический менеджмент: учеб. пособие. – М.: ИНФРАМ, 2015.
6. Данилова А.С., Здрестова-Захаренкова С.В., Федорова О.М. Основы профессиональной компетенции: учеб. пособие. – Красноярск: СФУ, 2016.
7. Энджелл Д., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 2015. – 759 с.
8. Алешина И.В. Поведение потребителей. – М.: Фаир-пресс, 2014. – 376 с.

3.1.3. Дополнительная литература

1. Горбунова М.Ю. Конфликтология: конспект лекций. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 256 с.
2. Бессемер Х. Медиация. Посредничество в конфликтах. – М.: Духовное познание, 2004.
3. Арустамов Э.А. Основы бизнеса: учебник. – М.: Дашков и К, 2015. – 232 с.
4. Багиев Г.А. Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. – М., СПб.: Изд-во «Питер», 2015. – 751 с.
5. Дубровин И.А. Поведение потребителей. – М.: Дашков и К, 2013. – 280 с.
6. Сергеев А.М., Бойченко Е.А. Поведение потребителей. Полный курс МВА. Загадка и фактор эффективной маркетинговой компании. – М.: EKSMO Education, 2014. – 316 с.
7. Задорожная Ю.Ф. Поведение потребителей: учеб. пособие / Томск: ТПУ, 2014. – 250 с.
8. Барнетт Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Дж. Барнетт, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2008. – 864 с.
9. Дэй Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – М.: Эксмо-Пресс, 2012. – 640 с.
10. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг / В.Е. Хруцкий. – М.: ФиС, 2015. – 682 с.

3.2. Информационные ресурсы сети Интернет

1. Правовой портал Европейской Сети Потребительских Центров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/index_en.htm.
2. Правовой портал разрешения споров в области оказания финансовых услуг FIN-NET [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/internal_market/fin-net/index_en.htm.
3. Центр права Европейского Союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eulaw.edu.ru/>.

4. Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг и др. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.4p.ru>

3.2. Информационное обеспечение

1. Библиотека СФУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/> (Авторизация по IP-адресам СФУ).

IV. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

4.1. Формы аттестации, оценочные материалы, методические материалы

Программа предусматривает проведение текущей и итоговой аттестации.

Текущая аттестация слушателей проводится на основе оценки активности и участия в дискуссиях, а также качества выполнения заданий, как в электронном обучающем курсе, так и в условиях очного обучения. При итоговой аттестации в ряде разделов предусмотрен анализ и решение кейсовых задач.

Методические материалы, необходимые для выполнения текущих заданий, представлены в соответствующих программах по Дисциплинам, а также в элементах электронного обучающего курса и включают описание заданий, методические рекомендации по его выполнению, критерии оценивания.

4.2. Требования и содержание итоговой аттестации

Основанием для аттестации является выполнение текущих заданий в системе электронного обучения в СФУ, выполнение теоретического теста на 70 % и успешная демонстрация навыков эффективной коммуникации в формате работы с группой в реальной учебной среде.

Программу составили:

Эгле Евгений Сергеевич, директор "Центра медиации в образовании" Института педагогики, психологии и социологии СФУ, медиатор общего профиля, магистр программы "Медиация в образовании", практикующий психолог



Бывшенко Анастасия Сергеевна, медиатор общего профиля "Центра медиации в образовании" Института педагогики, психологии и социологии СФУ, магистрант программы "Медиация в образовании", практикующий психолог



Власова Наталья Владимировна, медиатор общего профиля "Центра медиации в образовании" Института педагогики, психологии и социологии СФУ, магистрант программы "Медиация в образовании", практикующий психолог



Руководитель программы:

Эгле Евгений Сергеевич, директор "Центра медиации в образовании" Института педагогики, психологии и социологии СФУ, медиатор общего профиля, магистр программы "Медиация в образовании", практикующий психолог

