

Автономная некоммерческая организация дополнительного
профессионального образования
Учебный центр «КРОК образовательная компания»

111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. 5, корп. 1
ИНН/КПП 7722310540/772201001 ОГРН 1097799033243

Утверждаю:
Директор Учебного центра
«КРОК образовательная компания»
Патокина И.Е./
« 20 / 7 г.



**Рабочая программа курса
«Управление продажами»**

**Дополнительной программы
профессиональной переподготовки
«Деловое администрирование в сфере ИТ-
технологий»**

город Москва

Программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам".

Профессиональная подготовка слушателей, осуществляемая в соответствии с программой, проводится с использованием модульного принципа построения учебного плана с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в соответствии с законодательством об образовании.

Дополнительная профессиональная программа разработана образовательной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, включает все модули, указанные в учебном плане.

Содержание оценочных и методических материалов определяется образовательной организацией самостоятельно с учетом положений законодательства об образовании Российской Федерации.

Структура дополнительной профессиональной программы соответствует требованиям Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499.

Формы обучения слушателей (очная, очно-заочная, заочная) определяются образовательной организацией самостоятельно.

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Для определения структуры дополнительной профессиональной программы и трудоемкости ее освоения может применяться система зачетных единиц. Количество зачетных единиц по дополнительной профессиональной программе устанавливается организацией.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

Аннотация Программа направлена на то, чтобы сформировать у слушателей понимание о наиболее эффективных стратегиях продаж для клиентов различных поведенческих типов. Данный блок обучения знакомит слушателей с теорией менеджмента и основами навыков, направленных на ведение как общей управленческой деятельности, так и деятельности по управлению продажами. Первоначально делается подробный анализ таких ключевых элементов стратегии продаж, как планирование и бюджетирование продаж, тактика продаж, методики анализа продаж. На практике обучающиеся пробуют определять позицию по отношению к потенциальному клиенту, вычислять лица у потенциального клиента, которые принимают решения.

Обучение данного блока направлено на отработку навыков по быстрому составлению досье, подготовке стратегии продаж, выработке действий, которые нужно осуществлять для успешного заключения сделки. Практические задания дают возможность обучающимся в действии отработать, как следует быстро вступать в контакт с любым клиентом, понимать потребности клиента, ярко и убедительно продавать идею сотрудничества.

Обучение данного блока строится на принципах преемственности разделов, постепенного углубления и расширения. Именно такой подход позволяет выстроить обучение данного блока таким образом, что большая часть необходимых знаний и навыков слушателей успешно закрепляется и складывается в стройную систему.

Цель программы: совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Совершенствуемые компетенции

№	Вид профессиональной деятельности	Направление подготовки
		ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 09.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)
		Код компетенции
1	производственно-технологическая деятельность; организационно-управленческая	ПК-15 ПК-16

Формируемые компетенции в соответствии с трудовыми функциями профессионального стандарта «Руководитель проектов в области информационных технологий» (Приказ Минтруда и социальной защиты РФ от 18 ноября 2014 г. N 893н)

№	Компетенция ОТФ	Направление подготовки
		ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ «Руководитель проектов в области информационных технологий»
		Трудовые функции (код)
1	В7 Управление проектами в области ИТ малого и среднего уровня сложности в условиях неопределенностей, порождаемых запросами на изменения, с применением формальных инструментов управления рисками и проблемами проекта	В/10.7-В/20.7

Планируемый результат обучения:

После окончания обучения Слушатель будет знать:

- Стратегия продаж
- Сбытовые каналы
- Эффективность продаж

После окончания обучения Слушатель будет уметь осуществлять:

- Прогнозирование и бюджетирование продаж
- Управление сбытовыми каналами
- Управление эффективностью продаж

2. Учебный план:

Срок обучения: 35 академических часов, в том числе 35 аудиторных, (СРС не предусмотрена).

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная. По желанию слушателя форма обучения может быть изменена и/или дополнена.

Режим занятий: дневной, вечерний, группы выходного дня.

№ п/п	Наименование модулей по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд. ч	В том числе		СРС, ч	Форма ТА	
				Лекций	Практических занятий			
1	Модуль 1. Стратегия продаж	11	11	8	3	0		
2	Модуль 2. Прогнозирование и бюджетирование продаж	8	8	6	2	0		
3	Модуль 3. Управление сбытовыми каналами	8	8	6	2	0		
4	Модуль 4. Управление эффективностью продаж	8	8	6	2	0		
	Итого:	35	35	26	9	0	Практич. Раб.	
	Промежуточная аттестация	Зачет (тест)						

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Количество аудиторных занятий при очно-заочной форме обучения составляет 20-25% от общего количества часов.

3. Календарный учебный график

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

Неделя обучения	1	2	3	4	5	6	7	Итого часов
	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
25 неделя	5	-	5	-	5	-	-	15
СРС	-	-	-	-	-	-	-	
26 неделя	5	-	5	-	5	-	-	15
СРС	-	-	-	-	-	-	-	
27 неделя	2	-	1	-	2ПА	-	-	5
СРС	-	-	-	-	-	-	-	
Итого:	12		11		12	-	-	35

4. Рабочие программы учебных предметов

1. Стратегия продаж	Ключевые элементы стратегии продаж.
	Анализ стратегии, тактики, реализация стратегии.
	Компания - Клиент: формирование целей и минимальных требований к сотрудничеству; факторы, влияющие на решение компании - клиента, действующие лица.
	Лица, принимающие решения: личные выгоды, бизнес - выгоды.
	10 типовых стратегий.
	Модель анализа информации для формирования правильной стратегии.
	Выбор подходящих стратегий на основе модели анализа.
2. Прогнозирование и бюджетирование продаж	Методики анализа продаж.
	Алгоритм прогнозирования продаж.
	Методики бюджетирования продаж.
3. Управление сбытовыми каналами	Основы управления сбытом.
	Выбор сбытового канала.
	Виды и функции каналов сбыта.
	Искусство управления каналами сбыта.
4. Управление эффективностью продаж	Анализ эффективности на примере реализации плана:
	Заключительная ролевая игра на основе разработанной стратегии.
	Анализ и корректировка стратегии.

1. Организационно-педагогические условия

Реализация профессиональной программы обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса, формулируются согласно Приказа Минтруда России от 08.09.2015 N 608н "Об утверждении профессионального стандарта "Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 24.09.2015 N 38993) - «Преподавание по программам бакалавриата и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации» (Н 7).

2. Материально-техническая и ресурсная база

Для реализации программы используется собственная материально-техническая база. Для реализации программы предполагается использование имеющихся в Центре учебных аудиторий для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения проектных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:

- компьютерные классы, обеспечивающие доступ в Интернет, с установленным лицензионными программами, необходимыми для изучения дисциплин/курсов программы, оснащенные проектором или иными средствами визуализации учебного материала.

- доступ в электронную информационно-образовательную среду Центра;

- стандартное программное обеспечение для работы над разработкой учебно-методических материалов.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы не предусматривается.

3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обучение предполагает контактную работу с преподавателем: лекции, практические занятия), и асинхронное взаимодействие, предполагающее использование современных дистанционных образовательных технологий. Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: семинар, тренинг, консультация, деловая игра, практические занятия, лекции, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

Активные формы занятий включают как теоретическую часть (направленную на получение или пополнение имеющихся знаний), так и практическую, имеющую преимущественно общепрофессиональную направленность. На формирование практико-ориентированных компетенций слушателей направлено активное использование в учебном процессе инновационных образовательных технологий, активных и интерактивных форм проведения занятий.

Промежуточная аттестация предполагает определение уровня сформированности компетенций и проводится в форме тестирования.

4. Формы аттестации и оценочные материалы

Образовательная организация несет ответственность за качество подготовки слушателей и реализацию дополнительной профессиональной программы в полном объеме в соответствии с учебным планом.

Оценка качества освоения слушателями программы курса включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

К промежуточной аттестации допускаются слушатели, выполнившие все виды текущей аттестации, предусмотренные в настоящей программе. Слушатели, успешно освоившие программу курса и прошедшие промежуточную аттестацию, допускаются к освоению следующего курса, входящего в состав ДПП.

Слушателям, не прошедшим промежуточной аттестации или получившим на промежуточной аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть курса и (или) отчисленные из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией.

К итоговой аттестации по ДПП переподготовки допускаются только те слушатели, которые сдали промежуточную аттестацию по всем курсам (включая данный), входящим в дипломную программу (ДПП переподготовки).

Промежуточная аттестация проводится по форме выполнения задания в соответствии с учебным планом. Результаты промежуточной аттестации заносятся в соответствующие документы. Результаты промежуточной аттестации слушателей ДПП выставляются по двухбальной шкале («зачтено»/ «не зачтено»). «Зачтено» выставляется, если слушатель набирает не менее 50% баллов (правильных ответов и/или выполненных заданий).

Текущая аттестация:

Практическая работа (выполнение заданий):

<i>№п/п</i>	<i>Тематика практического занятия</i>	<i>Форма ПА</i>
Раздел 6. Управление продажами	1. Активное участие в работе группы. 2. Выполнение всех задач и упражнений. 3. Активное участие в реализации ситуационных примеров и деловых игр. В процессе проведения контрольного мероприятия слушателям предлагается - Провести презентацию с целью продажи товара/услуги - Провести деловые переговоры, основная тема которых «продажа товара/услуги» - Выполнить задание по анализу всех каналов сбыта на примере конкретного товара/услуги - Выстроить систему долгосрочных отношений с клиентом на примере реального кейса.	Практическое занятие. Презентация. Зачет

Промежуточная аттестация по курсу (тестирование):

Тест - является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки слушателя, характеризующих определенный этап формирования компетенций.

Примеры вопросов теста (на выполнение слушателю отводится 20 минут):

Вопрос 1

Какую фразу нельзя отнести к выражающим понимание

Выберите один ответ:

- Вполне очевидно...
- Я разделяю Вашу точку зрения...
- Жаль, что у Вас сложилось такое впечатление...

Вопрос 2

Определите верный список покупательских мотивов

Выберите один ответ:

- Надежность Экономия Престиж Новизна Эффективность
- Надежность Экономия Комфорт Престиж Новизна
- Скорость обслуживания Экономия Комфорт Престиж Новизна

Вопрос 3

Что из перечисленного запрещается делать в процессе продажи

Выберите один ответ:

- Снисходительно или заискивающе обращаться к Клиенту
- Быть любезным, делать комплементы
- Учитывать эмоциональное настроение, темп речи, скорость общения клиента

Вопрос 4

Вопрос по по-воду любого непонятого, неясного или не-определенного слова в высказывании клиента - ...

Выберите один ответ:

- Пересказ
- Уточнение
- Выслушивание

Вопрос 5

Как называется следующее определение: Открытое объявление как сильных так и слабых сторон предлагаемого решения, дающее адресату понять, что инициатор сам видит ограничения этого решения. Рекомендуется применять лишь по отношению к высокоинтеллектуальным партнерам

Выберите один ответ:

- Метод положительных ответов Сократа
- Метод развертывания аргументов
- Метод двусторонней аргументации

Вопрос 6

Определите инструмент комплекса продвижения, если его характеристика такова: представление товара потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами

Выберите один ответ:

- Реклама
- Личная продажа
- Прямой маркетинг

Вопрос 7

Перечисленные параметры характеризуют ... - Более высокая частота общения с уже имеющимися клиентами - Большая сфокусированность на результат во время общения с Клиентами - Установление контакта с новыми и потенциальными Клиентами

Выберите один ответ:

- Цель маркетинга

- Цели продаж
- Задачи продаж

Вопрос 8

Какая фраза относится к нейтрализующим формулировкам при ответе на возражения

Выберите один ответ:

- Я очень хорошо понимаю, что...
- Да, я согласен, мне бы тоже это не понравилось...
- Как Вы обычно решали подобные вопросы раньше?

Вопрос 9

К стандартам выявления потребностей Клиента не относят ...

Выберите один ответ:

- Задать минимум два открытых вопроса
- Уточнять неопределенные слова
- Демонстрировать образцы товара

Вопрос 10

Обслуживание - это ...

Выберите один ответ:

- Результат взаимодействия исполнителя и потребителя услуги (Российский стандарт ГОСТ Р 50646-94 и международный стандарт ИСО 9004-2).
- Поведение исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги
- Любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. Ее предоставление может быть связано с материальным продуктом (Ф.Котлер)

Вопрос 11

Вставьте пропущенный этап продаж в алгоритме: Подготовка Установление контакта
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Коммерческое предложение Ответ на возражения Завершение
продажи

Выберите один ответ:

- Презентация товара
- Ответы на вопросы клиента
- Выявление потребностей

Вопрос 12

Клиент ориентируется на популярное, распространенное, «как у всех», «как у соседа», «как принято», «как у людей», боится отстать и быть «белой вороной» - с т.з. теории потребностей А. Маслоу это ...

Выберите один ответ:

- Потребность самореализации
- Потребность в принадлежности
- Потребность в уважении

Вопрос 13

Что не может быть включено в типичные функциональные обязанности менеджера по продажам

Выберите один ответ:

- Активный поиск потенциальных клиентов-потребителей продукта/услуги
- Соблюдение принятых в компании стандартов работы с клиентами
- Маркетинговые исследования конкурентов

Вопрос 14

Что не помогает установлению и поддержанию контакта с Клиентом?

Выберите один ответ:

- Инициативное осуществление знакомства с клиентом
- В процессе взаимодействия не стоит активно использовать обращение к собеседнику по имени
- Подчеркивание общности во взглядах и интересах

Вопрос 15

Какое из высказываний является ложным

Выберите один ответ:

- Принять возражение Клиента вовсе не означает во всем с ним согласиться!
- Клиент всегда прав!
- Принять возражение – значит, ПОНЯТЬ, что хочет Клиент!

Вопрос 16

Почему важно управлять разговором?

Выберите один ответ:

- Вы имеете возможность эффективно использовать время клиента и свое
- Инициатива разговора принадлежит клиенту, его не стоит перебивать
- Главное рассказать как можно больше о конкурентных преимуществах товара

Вопрос 17

Определите правильный порядок этапов разработки программы эффективных коммуникаций при рекламе продукта

Выберите один ответ:

- Определение целевой аудитории Определение целей коммуникаций Стадии покупательской готовности: осведомленность, знание, предрасположенность, предпочтение, убежденность, совершение покупки Выбор обращения - AIDA Содержание обращения Структура обращения Форма обращения Выбор средств распространения обращения Каналы личных коммуникаций Каналы не личных коммуникаций Выбор источника обращения
- Каналы личных коммуникаций Каналы не личных коммуникаций Выбор обращения - AIDA Выбор источника обращения Определение целевой аудитории Определение целей коммуникаций Стадии покупательской готовности: осведомленность, знание, предрасположенность, предпочтение, убежденность, совершение покупки Содержание обращения Структура обращения Форма обращения Выбор средств распространения обращения
- Выбор обращения - AIDA Содержание обращения Определение целевой аудитории Стадии покупательской готовности: осведомленность, знание, предрасположенность, предпочтение, убежденность, совершение покупки Структура обращения Форма обращения Каналы личных коммуникаций Каналы не личных коммуникаций Выбор источника обращения Определение целей коммуникаций Выбор средств распространения обращения

Вопрос 18

К невербальным сигналам готовности клиента с завершению сделки можно отнести

Выберите один ответ:

- Слова: Я готов подписать Договор.
- Потирание рук
- Повышение тона голоса

Вопрос 19

Что не относится к типам аргументов

Выберите один ответ:

- Факты и опыт Клиента
- Ссылка на мнение другого покупателя
- Ссылка на авторитет

Вопрос 20

Маркетинг - это...

Выберите один ответ:

- Разделение рынка на отдельные группы покупателей с общими потребностями, характеристиками или поведением, для каждой из которых требуются определенные товары / услуги или маркетинговые комплексы
- Изменение лица или товара, принадлежащего ка-кой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой (Т.Хилл)
- Социальный процесс, направленный на удовлетворение по-требностей и желаний индивидов и групп посредством созда-ния и предложения обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена им.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплин (разделов)

Список литературы:

Основная

- Аллен П., Вуттен Дж. Продажи. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2004.
Васильев Г.А. Основы маркетинга.- М.: ЮНИТИ, 2005.
Ветроградов В.. Управление продажами. 2-е изд.- СПб.: Питер, 2004.
Гитомир Дж.. Принципы Паттерсона и продажи в XXI веке.- СПб.: Питер, 2005.
Деревицкий А.. Коммерческая разведка. Курс агентства для тех, кто продает и управляет продажами.- СПб.: Питер, 2005.

Дополнительная

- Джобер Д., Ланкастер Д. Поведение и управление продажами.-М.: ЮНИТИ, 2002.
Дибб С., Симкин Л.. Практическое руководство по сегментированию рынка.- СПб.: Питер, 2001.
Менеджмент / под ред. Максимцева М.М., Комарова М.А.-М.: ЮНИТИ, 2002.
Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения.- М.: ЮНИТИ, 2005.
Харский К. Профессиональные продажи: технология и практические советы.- СПб.: Питер, 2004.
Балакирев С.В. Категорийный менеджмент в качестве современного подхода к управлению товарным ассортиментом //Менеджмент в России и за рубежом. - 2006. - №5. - С. 3-11

Рекомендуемые интернет-ресурсы:

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1	СПС «Консультант-Плюс»	http://www.consultant.ru
2	СПС «Кодекс»	http://www.kodeks.ru
3	СПС «Гарант»	http://www.garant.ru
4	Министерство юстиции Российской Федерации	http://www.minjust.ru
5	Юридическая Россия – образовательный правовой портал	http://www.law.edu.ru
6	Журнал СУБД	http://www.olap.ru
7	Компания ТЕРН	http://www.tern.ru
8	Компания Intersoftlab	http://www.iso.ru
9	SAS Institute	http://www.sas.ru
10	Компания Basegroup	http://www.basegroup.ru
11	ЦБ РФ	http://www.banklist.ru
12	Журнал Эксперт	http://www.expert.ru