

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
АО "ВАЛТА ПЕТ ПРОДАКТС"



И.В. Головченко

«11» января 2021 года

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
дополнительного профессионального образования**

«Менеджер по продажам»

65 часов

Формат обучения: заочно 65 часов.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН
4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ
5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа дополнительного профессионального образования регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и профилю и включает в себя: учебный план; рабочие программы учебных дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также календарный учебный график и методические и оценочные материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Цель программы – получение новых знаний и практических навыков ведения документационного и организационного обеспечения, с учетом последних изменений.

Категория слушателей: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование или лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Организация учебного процесса:

Объем программы: - 65 часов.

Форма обучения: – заочная.

(формат дистанционного обучения), 2 дня по 8 часов и 1 день - 4 часа

Место проведения: г. Москва, Варшавское шоссе, д. 42, комната 3134, с использованием специального оборудования для дистанционного обучения.

Набор группы происходит каждые 2 месяца

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Область применения.

Настоящая программа учебной дисциплины «**Менеджер по продажам**» устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям слушателя и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

2. Цели освоения дисциплины.

Целями освоения дисциплины являются:

- Дать целостное представление о продажах;
- Дать практические навыки в управление продажами;

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

Знать:

- технологию активных продаж
- технологию СПИН продаж
- методы клиентоориентированности

Уметь:

- применять технологию активных продаж
- применять технологию СПИН продаж
- применять методы клиентоориентированности

Выпускники данной программы могут занимать должность:

- Менеджер по продажам

- Менеджер по работе с клиентами
- Специалист по продажам

Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими, высшее образование. Преподаватели специальных дисциплин, должны иметь опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

Требования к учебно-методическому обеспечению образовательного процесса:

Реализация дополнительной профессиональной образовательной программы должна обеспечиваться доступом каждого слушателя к информационным ресурсам по содержанию соответствующим полному перечню дисциплин, наличием учебно-методических, методических пособий, разработок и рекомендаций по всем дисциплинам и по всем видам занятий, производственной (профессиональной) практике, а также наглядными пособиями, аудио-, видео- и мультимедийными материалами. Бизнес библиотекой и возможностью работать на платформах ДО.

Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса:

Общество, реализующее дополнительную профессиональную образовательную программу, должно располагать материально-технической базой, соответствующей действующим санитарно-техническим нормам.

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета. Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя и учащихся (столы, стулья).
- шкафы и стеллажи для хранения учебно-методических материалов
- учебно-методический комплекс дисциплины
- набор методических материалов
- платформы для проведения занятий дистанционно ТРЕНИНГ СПЭЙС, ISPRING-LEARN, Webinar.

Технические средства обучения: ноутбук, мультимедиапроектор.

Контроль знаний:

По темам, включенным в учебный план Общества, выставляется итоговая оценка в форме «зачета».

Итоговый контроль производится в соответствии со шкалой

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений, отметка
100 - 85%	ЗАЧЕТ
14- 0%	НЕЗАЧЕТ

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительного профессионального образования
«Менеджер по продажам»

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	очно		заочно	Форма контроля
			лекции	практика		
1.	Поиск клиентов, подготовка	9	3	3	3	
2.	Выявление потребностей. Как задавать правильные вопросы	7	1	2	4	Зачет
3.	Презентация (компании, товара, услуги)	6	1	2	3	Зачет
4.	Преодоление реакций клиента	5	1	2	2	Зачет
5	Завершение сделки, диалога	7	1	2	4	Зачет
6	Практическая психология и ее применение в работе менеджера по продажам. Деловое общение	8	0	0	8	Зачет
7	«Холодные звонки» – старт к заключению сделки	10	2	2	6	Зачет
8	8. Управление дебиторской задолженностью или снижение бизнес-рисков компании. Где начинается дебиторская задолженность. Организационные и психологические причины	8			8	Зачет
9	Основы маркетинга продаж	5	0	0	5	Зачет
	Итого	65	9	13	43	

4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

дополнительного профессионального образования
«Менеджер по продажам»

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	очно		заочно	Форма контроля
			лекции	практика		
1.	Поиск клиентов, подготовка	9	3	3	3	
1.1	1) Подготовка к звонку (ключевые фразы), правильная постановка целей. Сценарий звонка.	3	2	1		
1.2	2) Поведение продавца при открытии контакта. 3) Самопрезентация, использование органов чувств при общении жесты, позы. Практика установления контакта.	6	1	2	3	
2.	Выявление потребностей. Как задавать правильные вопросы	7	1	2	4	Зачет
2.1	1) Выявление потребности или зачем задавать вопросы? 2) Уточняющие и извлекающие вопросы, метод «Воронка». 3) Выявление потребности, как сигнал к началу презентации. Тренируем выявление потребностей.	7	1	2	4	
3.	Презентация (компании, товара, услуги)	6	1	2	3	Зачет
3.1	1) Покупательские мотивы модель перевода свойств в выгоду. 2) Способы обоснования цены. Практикуем презентацию.	6	1	2	3	
4.	Преодоление реакций клиента	5	1	2	2	Зачет
4.1	1) Основные причины возникновения возражений типы сопротивления. 2) Модель обработки возражений. Отработка возражений.	5	1	2	2	

5	Завершение сделки, диалога	7	1	2	4	Зачет
5.1	1) Сигналы готовности клиента к покупке приемы. 2) Вопросы завершения сделок, контроль удовлетворенности клиента. Тренируем завершение сделки.	7	1	2	4	
6	Практическая психология и ее применение в работе менеджера по продажам. Деловое общение	8	0	0	8	Зачет
6.1	1) Культура бизнес-общения. Самые важные этапы ведения деловой беседы. 2) Характеристики универсальных приемов установления контакта. 3) Основные принципы рефлексивного слушания: перифраз, подача положительного сигнала, резюмирование. 4) Психологические методы воздействия и их применение на практике (метод Сократа, метод "Да, и ...", и др.). 5) Применение тактики аргументации. 6) Методы нейтрализации возражений.	4			4	
6.2	7) Предложение купить как решение проблем клиента. Умение говорить на языке выгод. 8) Навыки убедительной аргументации. Что может стать аргументом? 9) Развитие диалога: управление беседой при помощи вопросов. Создание банка вопросов для продажи 10) Правила завершения беседы. 11) Анализ деловой беседы.	4			4	
7	«Холодные звонки» – старт к заключению сделки	10	2	2	6	Зачет
7.1	1) Какие вопросы имеет смысл задавать клиенту во время «холодного звонка». 2) Как «холодный звонок» сделать началом плодотворного сотрудничества с клиентом. 3) Зачем благодарить клиента, если он вам отказал.	5	1	1	3	
7.2	4) Способы преодоления «секретарского барьера» и выхода на ЛПР (лицо, принимающее решение). Практика холодных звонков.	5	1	1	3	

8	8. Управление дебиторской задолженностью или снижение бизнес-рисков компании. Где начинается дебиторская задолженность. Организационные и психологические причины	8			8	Зачет
8.1	1) Составляющие профессиональной успешности менеджера по продажам: Эксперт, Продавец, Личность. 2) Место появления просроченной дебиторской задолженности в цикле продаж.	2			2	
8.2	3) Инструменты управления дебиторской задолженностью: - Психологические факторы, затрудняющие сбор платежей с клиентов. - Как выстраивать отношения с клиентами, чтобы не было ситуаций «просроченная дебиторская задолженность». - Профилактика просроченной дебиторской задолженности. Правила работы со скидками.	3			3	
9	Основы маркетинга продаж	5	0	0	5	Зачет
9.1	1) Анализ рынка и маркетинговая стратегия. Выбор сегмента рынка. 2) Анализ конкурентных преимуществ. Позиционирование на рынке.	3			3	
9.2	3) Прогнозы объемов продаж - план продаж. 4) Стратегии ценообразования. Реклама и продвижение товара. Разработка конкурентных преимуществ товара и выбор целевой аудитории.	2			2	
	Итого	65	9	13	43	

5. УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный учебный график программы «Менеджер по продажам»														
Дисциплина	1 неделя							2 неделя						
	Менеджер по продажам					1	2						3	
					Т/П/З	Т/П/З	С	С	С	С	С	Т/П/З		
Т - теоретическая часть Т/П - теоретическая и практическая часть З – зачет С – самостоятельная работа Т/П/З- теоретическая и практическая часть и зачет														