



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ДПО

«СВС Эдьюкейшн»

Н.Е. Лагнен

09 января 2019 года

Утверждено приказом от 09.01.2019

№ 01/ОСН

Учебный план

Программа повышения квалификации «Директор по продажам»

Количество часов обучения: 78 академических часов.

Сроки обучения: с отрывом от работы – 2 недели; без отрыва от работы – 1,5 месяца.

Форма обучения: заочная форма с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

№ п/п	Наименование курсов	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, часов			Промежуточная аттестация
		Дистанционные занятия, часов			
		всего	лекции	практические занятия, семинары	
1	2	3	4	5	6
1	Структура продаж в компании	4	1	3	1
2	Планирование и прогнозирование продаж в компании. Новые методики и стандарты	4	1	3	1
3	Управление каналами сбыта: филиалы, дилеры, франчайзинг. Торговые агенты и представители	4	1	3	1
4	Операционный менеджмент в управлении продажами	4	1	3	1
5	Подбор персонала в отдел продаж. Построение системы активных продаж в компании	4	1	3	1

№ п/п	Наименование курсов	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, часов			Промежуточная аттестация
		Дистанционные занятия, часов			
		всего	лекции	практические занятия, семинары	
1	2	3	4	5	6
6	Клиентоориентированность и лояльность	3	1	2	1
7	Управление клиентами компании: базы данных, ценность клиента, ключевые клиенты	3	1	2	1
8	Управление розничными продажами	3	1	2	1
9	Управление оптовыми продажами	4	1	3	1
10	Интернет-коммерция	4	1	3	1
11	Оценка эффективности отдела продаж	3	1	2	1
12	Управление стрессом	2	1	1	1
13	Навыки проведения деловых переговоров. Жесткие переговоры	2	1	1	1
14	Личная эффективность руководителя	3	1	2	1
15	Основные управленческие навыки	3	1	2	1
16	Управление конфликтами	3	1	2	1
17	Эффективные коммуникации	3	1	2	1
	Итого по курсам			75	
	Кейс-метод			3	
	Итоговая аттестация, в т.ч.			2	
	Итоговый тест			2	
	Итого:			78	

* Формой промежуточной аттестации является тестирование

Содержание курсов

Структура продаж в компании

- Отдел продаж в компании
- Понятие продажи
- Задачи отдела продаж
- Функции отдела продаж
- Отдел продаж в организационной структуре компании. Взаимодействие с другими структурными подразделениями организации
- Организационная структура отдела продаж
- Специфика продаж B2B
- Построение отдела продаж в компании. Алгоритм построения отдела в новой компании
- Формирование стратегии продаж
- Анализ рынка
- Разработка структуры
- Подбор и обучение сотрудников
- Построение системы отчетности, контроля, автоматизации CRM
- Разработка системы мотивации отдела продаж
- Реорганизация отдела продаж в действующей компании
- Оценка эффективности организационной структуры продаж и стратегия развития отдела продаж
- 10 основных ошибок в организации отдела продаж

Планирование и прогнозирование продаж в компании. Новые методики и стандарты

- Введение
- Создание стратегии продаж
- Прогнозирование продаж
- Методы прогнозирования
- Планирование продаж существующих продуктов

Управление каналами сбыта: филиалы, дилеры, франчайзинг. Торговые агенты и представители

- Решение о расширении региональной сбытовой сети
- Процесс создания региональной дистрибуции
- Региональная экспансия услуг
- Развитие сети торговых посредников
- Независимые торговые посредники
- Зависимые торговые посредники
- Формально независимые посредники
- Развитие собственной филиальной сети

- Развитие франчайзинга
- Формы международной экспансии

Операционный менеджмент в управлении продажами

- Цели организации продаж
- Принципы создания организационной структуры
- Основные виды структуры отдела продаж
- Преимущества и недостатки организации по географическому принципу
- Преимущества и недостатки организации по типам товаров
- Преимущества и недостатки организации по типам клиентов
- Преимущества и недостатки организации по функциям сбыта
- Принципы разработки функциональных обязанностей торгового персонала
- Преимущества четкого разграничения функциональных обязанностей торгового персонала
- Квоты как метод операционного управления продажами
- Типы квот
- Назначение квот
- Анализ выполнения плана продаж
- Анализ издержек
- Процедура оценки торгового персонала
- Контроль над деятельностью торгового отдела
- Воронка продаж

Подбор персонала в отдел продаж. Построение системы активных продаж в компании

- Структура отдела продаж
- Планирование деятельности
- Контроль работы подразделения
- Подбор команды
- Адаптация и обучение сотрудников
- Мотивация и стимулирование
- Стандартизация деятельности подразделения

Клиентоориентированность и лояльность

- Введение. Основные потребители
- Взаимоотношения с потребителем
- Потребительская лояльность
- Выстраивание взаимоотношений с потребителем
- Внутренняя и внешняя клиентоориентированность
- Исследование понятия «клиентоориентированность»
- Внешняя клиентоориентированность

- Внутренняя клиентоориентированность
- Создание потребительской ценности
- Формирование и поддержка потребительской лояльности

Управление клиентами компании: базы данных, ценность клиента, ключевые клиенты

- «Маркетинг лояльности» vs «маркетинг захвата»
- Управление отношениями с клиентами
- Ценность клиента
- Ценность клиента – ключевое понятие в концепции CRM
- Технология создания пирамиды ценности клиентов (по Дж. и А. Карри)
- Управление отношениями с ключевыми и VIP-клиентами

Управление розничными продажами

- Индустрия розничной торговли и условия рынка
- Организация розничных продаж
- Процесс планирования в розничной торговле
- Создание и мотивация торговой команды
- Управление конкурентоспособностью продукции
- Контроль над процессом продаж

Управление оптовыми продажами

- Оптовые продажи как элемент товаропроводящей сети компании
- Отличие оптовых продаж от других
- Типы оптовых продаж
- SMART-принцип в оптовых продажах
- Создание эффективного управления оптовыми продажами различных типов
- Формирование клиентской базы
- Качественно-количественный анализ клиентской базы
- «Воронка» клиентов
- Регламент и этапы оптовых продаж
- CRM-управление взаимоотношениями с клиентами
- Обзор информационных ресурсов

Интернет-коммерция

- Электронная экономика
- Электронный бизнес и электронная коммерция
- Виды электронной коммерции
- Взаимодействие бизнеса и граждан с государством (B2A, B2G, C2A, C2G)
- Характеристика сектора «бизнес-бизнес». B2B (business-to-business)
- Характеристика сектора «бизнес-потребитель». B2C

- Коммерция в секторе C2C
- Взаимодействие бизнеса и граждан с государством (B2A, B2G, C2A, C2G)

Оценка эффективности отдела продаж

- Эффективность продаж
- Ключевые показатели эффективности в области продаж
- Условия, необходимые для эффективности отдела продаж
- Методы мотивации сотрудников отдела продаж по эффективности
- Принципы материального стимулирования сотрудников подразделения сбыта (продаж)
 - Расчет переменной части
 - Варианты премирования по эффективности
 - Описание бонусной системы
 - Описание системы «Процент от оборота»
 - Описание системы «Процент от прибыли»
 - Описание системы «Оклад + поощрительные выплаты»
- Признаки эффективности существующей системы мотивации персонала от эффективности продаж
 - Ключевые компетенции сотрудника отдела продаж, необходимые для эффективности отдела
 - Ключевые компетенции руководителя отдела продаж

Управление стрессом

- Стресс и его значение
- Виды и стадии стресса
- Что вызывает стресс. Виды стрессоров
- Профессиональный стресс
- Диагностика признаков стресса и стрессоустойчивости
- Управление стрессом
- Изменение отношения
- Саморегуляция
- Повышение стрессоустойчивости
- Антистрессовые техники
- Профессиональное выгорание
- Понятие профессионального выгорания
- Методы профилактики и преодоления профессионального выгорания

Навыки проведения деловых переговоров. Жесткие переговоры

- Этапы переговорного процесса
- Подготовка к переговорам. Стратегии и тактики переговорного процесса
- Анализ оппонента

- Планирование
- Организация
- Психологический настрой
- Алгоритм проведения переговоров
- Установка контакта
- Определение позиций и интересов
- Аргументация в переговорах
- Работа с возражениями
- Способы ведения ценовых переговоров
- Завершение переговоров
- Анализ итогов деловых переговоров
- Командные переговоры
- Техники и инструменты деловой коммуникации
- Определение позиций и интересов
- Активное слушание
- Манипуляции противодействия
- НЛП в переговорах

Личная эффективность руководителя

- Понятие личной и управленческой эффективности
- Целеполагание, расстановка приоритетов и управление временем
- Успешный руководитель: личностные черты и компетентность
- Характеристики успешного руководителя по Кенджеми-Ковальски
- Основные управленческие компетенции
- Основные модели управленческих решений
- Коллективные методы принятия решений
- Факторы личной эффективности руководителя

Основные управленческие навыки

- Специфика управленческой деятельности
- Основные управленческие функции
- Целеполагание
- Планирование
- Организация
- Координация
- Делегирование
- Мотивирование
- Контроль
- Принятие управленческих решений
- Основные управленческие навыки
- Оценка и развитие управленческих навыков

Управление конфликтами

- Понятие и типы конфликта
- Типы конфликтов
- Основные участники конфликтных ситуаций
- Причины конфликтов
- Конфликтогены
- Типы конфликтных личностей
- Типы поведения в конфликтной ситуации
- Стадии развития конфликта
- Позитивные и деструктивные функции конфликта
- Алгоритм решения конфликтных ситуаций
- Противостояние манипуляции
- Алгоритм цивилизованного противостояния
- Алгоритм конфронтации
- Стратегия Win-Win («Выиграл – Выиграл»)

Эффективные коммуникации

- Понятие коммуникации
- Функции коммуникации
- Качества эффективной коммуникации
- Виды межличностных коммуникаций
- Активное слушание
- Корпоративные коммуникации
- Внутренние корпоративные коммуникации
- Информационные системы коммуникаций
- Информационная стратегия корпораций