



УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
АНО ДПО «Сити Бизнес Скул»

Ю.В. Будишевская

тв е р ж д е н о п р и к а з о м 5 / О С Н о т 02.04.2020 г.

Учебный план
образовательной программы профессиональной переподготовки
«Управление и экономика современного предприятия. Управление
продажами»

Категории слушателей: слушатели, имеющие высшее образование и опыт практической работы.

Количество часов обучения: 612 часов.

Срок обучения: 6 календарных месяцев.

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Теоретических занятий	Практических занятий, семинаров	
I	Базовые дисциплины бизнеса и менеджмента	144	58	86	
1	Лидерство	72	28	44	Экзамен
2	Менеджмент	36	16	20	Экзамен
3	Финансы	36	14	22	Экзамен
II	Дисциплины оперативного управления	144	58	86	
4	HR-менеджмент	72	28	44	Экзамен
5	Маркетинг	36	16	20	Экзамен
6	Продажи	36	14	22	Экзамен

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Теоретических занятий	Практических занятий, семинаров	
Итого часов по основным модулям		288	126	162	
3	Вариативная часть (один из четырех модулей по выбору слушателя)		108		
3.1	Личная и профессиональная эффективность	108	46	62	
3.1.1	Навыки публичных выступлений	20	8	12	Зачет
3.1.2	Критическое мышление и принятие решений	36	16	20	Зачет
3.1.3	Навыки проведения совещаний	20	8	12	Зачет
3.1.4	Навыки успешных переговоров	32	14	18	Зачет
3.2	Операционное управление	108	46	62	
3.2.1	Ключевые задачи реализации стратегии	36	14	22	Зачет
3.2.2	Логистика (сбыта, закупок, производства)	72	32	40	Зачет
3.3	Маркетинг и продажи	108	46	62	
3.3.1	Интернет-маркетинг	20	8	12	Зачет
3.3.2	Технология B2B продаж	36	16	20	Зачет
3.3.3	Технология розничных продаж	32	14	18	Зачет
3.3.4	Оmnikanальные продажи ¹	20	8	12	Зачет
3.4	Управление компанией и внешняя среда	108	46	62	
3.4.1	Микроэкономический анализ компании	32	14	18	Зачет
3.4.2	Рынки факторов производства и распределения доходов	36	16	20	Зачет

¹«Оmnikanальность» – интегрированное восприятие потребителем продукта или услуги посредством использования всех каналов

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Теоретических занятий	Практических занятий, семинаров	
3.4.3	Экономика благосостояния	20	8	12	Зачет
3.4.4	Глобализация и национальный интерес	20	8	12	Зачет
4.	Направление подготовки	72	36	36	
4.1	Управление продажами. PROFESSIONAL	72	36	36	Зачет
Итого часов по модулям		396	172	224	
Практика и кейс-метод		36 часов			
Итоговая аттестация, в т. ч.		108 часов			
Итоговый экзамен по программе		4 часа			
Подготовка и защита итоговой аттестационной работы		104 часа			
Итого часов по программе		612			

СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ

1. Базовые дисциплины бизнеса и менеджмента

Модуль 1. Лидерство

1. Тайм-менеджмент
2. Навыки публичных выступлений
3. Личный брендинг
4. Лидерство и формирование команд
5. Деловые коммуникации

Модуль 2. Менеджмент

1. Методология Agile в управлении проектами
2. Управление проектами ANSI PMI ® PMBOK
3. Операционный менеджмент

Модуль 3. Финансы

1. Налогообложение и налоги
2. Финансовое планирование и бюджетирование
3. Управленческий и финансовый учет

2. Дисциплины оперативного управления

Модуль 4. HR-менеджмент

1. Коучинг, менторинг и развитие персонала
2. Подбор, найм и интеграция персонала
3. Мотивация персонала

Модуль 5. Маркетинг

1. Маркетинговая аналитика
2. Структура маркетинговой деятельности компании
3. Маркетинговые стратегии

Модуль 6. Продажи

1. Планирование и прогнозирование продаж. Новые методики и стандарты
2. Управление отношениями с клиентом
3. Стратегии управления продажами

3. Вариативная часть (один из четырех модулей по выбору слушателя)

Личная и профессиональная эффективность

1. Навыки публичных выступлений
2. Критическое мышление и принятие решений
3. Навыки успешных переговоров
4. Навыки проведения совещаний

Операционное управление

1. Ключевые задачи реализации стратегии
2. Логистика сбыта
3. Логистика производства
4. Логистика закупок

Маркетинг и продажи

1. Интернет-маркетинг
2. Технология розничных продаж
3. Технология B2B продаж
4. Омниканальные продажи

Управление компанией и внешняя среда

1. Глобализация и национальный интерес
2. Экономика благосостояния
3. Рынки факторов производства и распределения доходов
4. Микроэкономический анализ компании

4. Направление подготовки

Управление продажами PROFESSIONAL

1. Структура продаж в компании
2. Планирование и прогнозирование продаж в компании. Новые методики и стандарты.
3. Управление каналами сбыта: филиалы, дилеры, франчайзинг. Торговые агенты и представители.
4. Операционный менеджмент в управлении продажами
5. Подбор персонала в отдел продаж. Построение системы активных продаж в компании.
6. Клиентоориентированность и лояльность
7. Управление клиентами компании: базы данных, ценность клиента, ключевые клиенты
8. Управление розничными продажами
9. Управление оптовыми продажами
10. Интернет-коммерция
11. Оценка эффективности отдела продаж
12. Оптимизация работы отдела продаж
13. Стимулирование (смарт-задачи и KPI)
14. Подбор и обучение продавцов
15. Анализ и аудит деятельности отдела продаж
16. Организация и управление системой продаж, эффективный цикл управления
17. Управление компетенциями в продажах
18. Управление технологиями осуществления продаж
19. Кроссфункциональное взаимодействие
20. Стимулирование сбыта в торговых каналах
21. Формирование клиентской базы

22. Мотивация в управлении продажами: специфика управления мотивацией в области продаж
23. Ошибки в организации отдела продаж
24. Формирование у менеджеров веры в продукт
25. Методы повышения эффективности у менеджеров по продажам
26. Система обучения продавцов и руководителей отделов продаж
27. Система обучения продажам
28. Поведенческая психология, рациональное объяснение повышения цен потребителям
29. Подбор персонала (продавцов)
30. Стимулирование сбыта в торговых каналах
31. Управление дебиторской задолженностью
32. Анализ и аудит деятельности отдела продаж
33. Этапы подготовки и проведения собеседования