

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ "ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ "СПЕЦИАЛИСТ" УНЦ ПРИ  
МГТУ ИМ. Н.Э. БАУМАНА  
(ОЧУ ДПО «СПЕЦИАЛИСТ»)**

123242, город Москва, улица Зоологическая, дом 11, строение 2, этаж 2, помещение №1, комната №12,  
ИНН 7701168244, ОГРН 1127799002990

---

Утверждаю:  
Директор ОЧУ ДПО «Специалист»



**Дополнительная профессиональная программа  
повышения квалификации  
«Менеджер по продажам (полного цикла). Уровень 1»**

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".

Повышение квалификации слушателей, осуществляемое 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 повышения квалификации, 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.

Объем дополнительной профессиональной программы вне зависимости от применяемых образовательных технологий, должен быть не менее 16 академических часов. Сроки ее освоения определяются образовательной организацией самостоятельно.

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.** Данная программа повышения квалификации учитывает запрос рынка на подготовку действующих «продажников» и подготовлена автором с учетом 25-летнего успешного опыта руководства торговыми предприятиями в разных рыночных сегментах.

Требованием времени и конкурентным преимуществом специалиста в области сбыта является его образование в области технологии и психологии продаж, знание специфики сбыта, личностно-деловые качества, гарантирующие успешность этого вида деятельности. Чтобы развить навыки работы в продажах, необходимо пройти данный тренинг.

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

№	Компетенция	Направление подготовки
		ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 09.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)
		Код компетенции
1	Способность проводить выбор исходных данных для проектирования	ПК-4
2	Способность использовать математические методы обработки, анализа и синтеза результатов профессиональных исследований	ПК-25

Совершенствуемые компетенции в соответствии с трудовыми функциями профессионального стандарта «Системный администратор информационно-коммуникационных систем» (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 5 октября 2015 г. N 684н "Об утверждении профессионального стандарта "Системный администратор информационно-коммуникационных систем").

№	Компетенция ОТФ	Направление подготовки
		ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ «Системный администратор информационно-коммуникационных систем»
		Трудовые функции (код)
1	В5 Администрирование прикладного программного обеспечения инфокоммуникационной системы организации	В/01.5 Установка прикладного программного обеспечения В/02.5 Оценка критичности возникновения инцидентов при работе прикладного программного обеспечения. В/03.5 Оптимизация функционирования прикладного программного обеспечения В/04.5 Интеграция прикладного программного обеспечения в единую структуру инфокоммуникационной системы. В/05.5 Реализация регламентов обеспечения информационной безопасности прикладного программного обеспечения. В/06.5 Разработка нормативно-технической документации на процедуры управления прикладным программным обеспечением. В/07.5 Разработка требований к аппаратному обеспечению и поддерживающей инфраструктуре для

### Планируемый результат обучения:

#### После окончания обучения Слушатель будет знать:

- Теоретические основы маркетинга в продажах
- Алгоритм процесса продаж
- Типологию клиентов (ДИСК)
- Алгоритм выявления потребности (СПИН)
- Алгоритм телефонного звонка при продаже
- Алгоритм установления контакта
- Алгоритм проведения презентации продукта
- Алгоритм работы с возражением
- Правила поиска клиентов
- Методы сервисного послепродажного обслуживания
- Методы и технологии сервисной компании

#### После окончания обучения Слушатель будет уметь:

- Совершать успешные продажи;
- Понимать структуру и алгоритм процесса продаж;
- Выстраивать последовательность своих действий для успешного прохождения каждого этапа продаж;
- Готовиться к продажам и находить новых клиентов;
- Эффективно устанавливая контакт с клиентом;
- Ориентироваться в потребностях, мотивах и различать типы потенциальных покупателей;
- Эффективно строить аргументацию, управлять вниманием покупателя и обосновывать цену продукта;
- Грамотно представлять и презентовать продукт;
- Работать с возражениями;
- Эффективно проводить деловые беседы по телефону;
- Делать результативные «холодные звонки»;
- Успешно завершать сделки;
- Понимать обязанности и функции менеджера по продажам;
- Формировать свой индивидуальный стиль продаж;
- Выстраивать успешную карьеру менеджера по продажам

### Учебный план:

**Категория слушателей:** для менеджеров по продажам, продавцов-консультантов, торговых агентов, торговых представителей, администраторов салонов, ИП, помощникам менеджера по продажам, ассистентам менеджера по продажам, координаторам отдела продаж, торговым представителям, специалистам отдела продаж, менеджерам проекта, тендер-менеджерам, а также всем, кто хотел бы научиться продавать и заключать сделки.

**Требования к предварительной подготовке:** подготовка не требуется

**Срок обучения:** 56 академических часов, в том числе 40 аудиторных, 16 самостоятельно (СРС).

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

**Режим занятий:** утренний, дневной, вечерний, группы выходного дня, онлайн.

№ п/п	Наименование модулей по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд. ч	В том числе		СРС, ч	Форма ПА <sup>1</sup>
				Лекций	Практических занятий		
1	<b>Модуль 1. Кто такой менеджер по продажам?</b>	3	2	1	1	1	
2	<b>Модуль 2. Алгоритм успешных продаж</b>	3	2	1	1	1	Практическая работа
3	<b>Модуль 3. Клиентоориентированный подход в продажах</b>	5	4	2	2	1	Практическая работа
4	<b>Модуль 4. Поиск клиентов</b>	3	2	1	1	1	Практическая работа
5	<b>Модуль 5. Специфика телефонных продаж. Преодоление «телефонного барьера» при холодных звонках</b>	8	6	3	3	2	Практическая работа
6	<b>Модуль 6. Установка контакта в В2В, в В2С</b>	3	2	1	1	1	Практическая работа
7	<b>Модуль 7. Вскрытие потребности. Воронка вопросов и СПИН в В2В, в В2С</b>	8	6	3	3	2	Практическая работа
8	<b>Модуль 8. Презентация решения в В2В, в В2С</b>	5	4	2	2	1	Практическая работа
9	<b>Модуль 9. Закрытие сделки</b>	3	2	1	1	1	Практическая работа
10	<b>Модуль 10. Промежуточное тестирование-практикум проведение полного цикла продажи (телефонные продажи, В2В, В2С)</b>	3	2	1	1	1	Практическая работа
11	<b>Модуль 11. Сервис как стратегия компании, послепродажное обслуживание.</b>	3	2	1	1	1	Практическая работа
12	<b>Модуль 12. Компоненты и технологии сервисной компании</b>	3	2	1	1	1	Практическая работа
13	<b>Модуль 13. Источники развития сервиса в компании</b>	6	4	2	2	2	
		56	40	20	20	16	
	Итоговая аттестация	Практическая работа					

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

<sup>1</sup> ПА – промежуточная аттестация.

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

Форма Промежуточной аттестации – см. в ЛНА «Положение о проведении промежуточной аттестации слушателей и осуществлении текущего контроля их успеваемости» п.3.3.

## 1. 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 /день недели	1	2	3	4	5	6	7	Итого часов
	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
1 неделя	4	-	4	-	4	-	-	12
СРС	2	-	2	-	0	-	-	4
2 неделя	4	-	4	-	4	-	-	12
СРС	2	-	2	-	0	-	-	4
3 неделя	4	-	4	-	4	-	-	12
СРС	2	-	2	-	0	-	-	4
4 неделя	4	-	4	-	4ИА	-	-	12
СРС	2	-	2	-	0	-	-	4
Итого:	16/8	-	16/8	-	16/0			48/16

Примечание: ИА – Итоговая аттестация

## 2. Рабочие программы учебных предметов

### Модуль 1. Кто такой менеджер по продажам?

- Роль, функции менеджера по продажам. Профстандарты для МП.
- Что надо знать в продажах – маркетинговая азбука для МП?
- Какова специфика деятельности МП в разных видах продаж В2С, В2В, телемаркетинг, продажа услуг.
- Что включает персональная эффективность менеджера по продажам: базовые навыки и компетенции МП.
- Тестируем способности к продажам. Диагностика базовых компетенций МП.

### Модуль 2. Алгоритм успешных продаж

- Понятие продажи полного цикла
- Этапы продаж
- **Практикум: Моделирование процесса продажи полного цикла**

### Модуль 3. Клиентоориентированный подход в продажах

- Основы клиентоориентированного подхода в продажах (ABCD/DISC)
- Навыки подстройки под клиентов
- Стратегии поведения с каждым типом клиента
- Тестирование на принадлежность к тому или иному поведенческому типу
- Составление профиля каждого типа клиентов и способов его распознавания

- **Практикум: Деловая игра «Любимый клиент», моделирование процесса продажи разным типам клиентов**

#### **Модуль 4. Поиск клиентов**

- Кто наш клиент, портрет клиента и целевой аудитории
- Технологии поиска
- Формирование баз клиентов
- Маркетинг и PR в поиске клиентов
- CRM и возможности нетворкинга и веб-технологий в поисках клиентов
- **Практикум: Подготовка портрета целевой группы и описания основных потребностей потенциальных клиентов**

#### **Модуль 5. Специфика телефонных продаж. Преодоление «телефонного барьера» при холодных звонках**

- Подготовка к звонку: аргументы, ключевые фразы, сценарий беседы.
- Как написать сценарий для телемаркетинга. Образцы сценариев.
- Психологическая подготовка: как настроить себя на успех.
- Формирование клиентской базы: где взять первоначальные контакты и как организовать работу с ними.
- Первичный контакт с клиентом по телефону: как «забросить крюк» и вызвать интерес к себе.
- Техники выявления лиц, принимающих решение.
- Преодоление сопротивления контакту: отговорки «нам ничего не нужно», «у нас уже все есть», «пришлите по факсу» и т. д. и как их преодолеть.
- Прохождение секретарского барьера.
- «Пожалуйста, перезвоните мне» или как оставить сообщение на автоответчик, чтобы Вам вернули звонок.
- Управление инициативой в телефонном разговоре: как привести клиента к необходимому результату.
- Представление продукта: особенности презентации по телефону и наиболее частые ошибки.
- Использование вопросов для убеждения клиента.
- Техники закрытия сделки при телефонном контакте.
- **Практикум: Составление каждым участником программы применения полученных знаний и навыков в своей работе.**

#### **Модуль 6. Установка контакта в B2B, в B2C**

- Установление контакта через разные средства коммуникации: вербальные, невербальные, паравербальные.
- Средства установления контакта: знакомство, вступление-комплимент, благодарность, рекомендательное вступление, вступление-подарок, вступление-потребительская ценность, вступление с поводом, вступление на основе общности.
- Техники малого разговора.
- Особенности национальных приветствий.
- **Практикум: Установление контакта**

#### **Модуль 7. Вскрытие потребности. Воронка вопросов и СПИН в B2B, в B2C**

- Умение задавать вопросы
- Активное слушание
- Техники подтверждение потребностей
- Воронка вопросов
- Интересы клиента
- Осознанные и неосознанные потребности
- Техника СПИН
- **Практикум: Изучение потребностей клиента при помощи техник активного слушания и СПИН**

## **Модуль 8. Презентация решения в B2B, в B2C**

- Свойство, преимущества, выгода – создаем аргументацию
- ВЫ-позиция
- Методы усиления презентации
- Особенности аудитории и статуса клиентов
- Алгоритм ответа на вопросы в презентации
- **Практикум: Подготовка презентации для разных типов клиентов.**

## **Модуль 9. Закрытие сделки**

- Признаки готовности клиента к закрытию сделки
- Приемы завершения сделки
- **Практикум: Закрытие сделки**

## **Модуль 10. Промежуточное тестирование-практикум проведение полного цикла продажи (телефонные продажи, B2B, B2C)**

- Практикум по проведению полного цикла продажи

## **Модуль 11. Сервис как стратегия компании, послепродажное обслуживание.**

- Стратегия сервиса – инструмент лидерства
- Сервис: понятие, история, национальные особенности
- Сервис: услуга и обслуживание
- Сервис и имидж компании
- Кому нужны жалобы?
- **Практикум: Разработка стратегий сервиса для конкретных бизнесов**

## **Модуль 12. Компоненты и технологии сервисной компании**

- Технология построения сервиса: от замысла к оценке эффективности
- Компонент сервиса - сайт компании: задачи, организация, электронные продажи, презентации
- Компонент сервиса - телефонные коммуникации с клиентами: стандарты приемов звонков, переадресация, характеристики персонала (доброжелательность)
- Компонент сервиса - организация пространства для Клиентов и сотрудников
- **Практикум: Анализ сайтов торговых компаний, анализ сервиса компаний-лидеров рынка (сервисный бейнчмаркетинг).**

## **Модуль 13. Источники развития сервиса в компании**

- Управление сервисом через Клиента: его ожидания, исследования удовлетворенности, опросы, развитие сервисных программ, жалобы клиентов
- Программы лояльности – цель, особенности построения, успешные примеры
- Источники развития сервиса: неудовлетворенность клиентов и сотрудников, ошибки конкурентов, разработка предложений - работа над ошибками.
- Корпоративная книга продаж
- **Практикум: Разработка инструментов оценки качества и сервиса в компании**

#### 4. Организационно-педагогические условия

Соблюдение требований к кадровым условиям реализации дополнительной профессиональной программы:

а) преподавательский состав образовательной организации, обеспечивающий образовательный процесс, обладает высшим образованием и стажем преподавания по изучаемой тематике не менее 1 года и (или) практической работы в областях знаний, предусмотренных модулями программы, не менее 3 (трех) лет;

б) образовательной организацией наряду с традиционными лекционно-семинарскими занятиями применяются современные эффективные методики преподавания с применением интерактивных форм обучения, аудиовизуальных средств, информационно-телекоммуникационных ресурсов и наглядных учебных пособий.

Соблюдение требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дополнительной профессиональной программы:

а) образовательная организация располагает необходимой материально-технической базой, включая современные аудитории, библиотеку, аудиовизуальные средства обучения, мультимедийную аппаратуру, оргтехнику, копировальные аппараты. Материальная база соответствует санитарным и техническим нормам и правилам и обеспечивает проведение всех видов практической и дисциплинарной подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом реализуемой дополнительной профессиональной программы.

б) в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в модулях дополнительной профессиональной программы.

#### 5. 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 дополнительной профессиональной программы слушателей включает текущий контроль успеваемости и итоговую аттестацию.

Промежуточная аттестация по данному курсу проводится в форме выполнения практических работ, к итоговой аттестации допускаются слушатели, выполнившие все практические работы.

Результаты итоговой аттестации слушателей ДПП в соответствии с формой итоговой аттестации, установленной учебным планом, выставляются по двух бальной шкале («зачтено\незачтено»).

Слушателям, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Слушателям, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть

дополнительной профессиональной программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией. Результаты итоговой аттестации заносятся в соответствующие документы.

Итоговая аттестация проводится по форме представления учебных проектов и подготовки личного портфолио.

**Промежуточная аттестация:**

**Практическая работа (выполнение заданий):**

<i>№п/п</i>	<i>Тематика практического занятия</i>	<i>Форма ПА</i>
Модуль 2	Практикум: Моделирование процесса продажи полного цикла	Практическая работа
Модуль 3	Практикум: Деловая игра «Любимый клиент», моделирование процесса продажи разным типам клиентов	Практическая работа
Модуль 4	Практикум: Подготовка портрета целевой группы и описания основных потребностей потенциальных клиентов	Практическая работа
Модуль 5	Практикум: Составление каждым участником программы применения полученных знаний и навыков в своей работе.	Практическая работа
Модуль 6	Практикум: Установление контакта	Практическая работа
Модуль 7	Практикум: Изучение потребностей клиента при помощи техник активного слушания и СПИН	Практическая работа
Модуль 8	Практикум: Подготовка презентации для разных типов клиентов.	Практическая работа
Модуль 9	Практикум: Закрытие сделки	Практическая работа
Модуль 10	Практикум по проведению полного цикла продажи	Практическая работа
Модуль 11	Практикум: Разработка стратегий сервиса для конкретных бизнесов	Практическая работа
Модуль 12	Практикум: Анализ сайтов торговых компаний, анализ сервиса компаний-лидеров рынка (сервисный бейнчмаркетинг).	Практическая работа
Модуль 13	Практикум: Разработка инструментов оценки качества и сервиса в компании	Практическая работа

**Итоговая аттестация по курсу:**

- Практическая работа «Разработка инструментов оценки качества и сервиса в компании»