



ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УГМК



Негосударственное частное образовательное учреждение высшего образования
«Технический университет УГМК»
(НЧОУ ВО «ТУ УГМК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор НЧОУ ВО «ТУ УГМК»


(подпись)

В.А. Лапин
(инициалы, фамилия)

« 04 »

2019 г.



ПРОГРАММА
повышения квалификации
«Практический курс по увеличению продаж»

Верхняя Пышма
2019

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы:

Освоение алгоритмов проведения успешных переговоров с использованием манипулятивных техник и различных типов аргументации

1.2. Планируемые результаты обучения

Слушатель должен знать:

- общие правила проведения переговоров;
- подходы к построению алгоритмов переговоров
- особенности личных и телефонных переговоров.
- общее представление о манипуляциях и их применении
- условия использования манипуляций в личных и телефонных переговорах

Слушатель должен уметь:

- проведение успешных переговоров;
- распознавание манипуляций на разных этапах переговоров;
- применение различных типов аргументов во время переговоров

1.3. Требования к уровню подготовки слушателя:

Специалисты, имеющие высшее или среднее профессиональное образование.

1.4. Программа разработана с учетом профессионального стандарта:

«Специалист по продажам в автомобилестроении» (утвержден Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 9 октября 2014 года N 678н).

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

Наименование раздела		Трудоемкост ь, час	Всего ауд. час.	в т.ч. час.			СРС, час	Аттест ация
				лек ции	лабора торные работы	прак. занятия, семинары		
1		2	3	4	5	6		7
1.	8 ключевых вопросов планирования для менеджера по продажам.	1	1	-	-	1	-	-
1.1	3 еженедельных плана для менеджера по продажам.	1	1	-	-	1	-	-
2	Что такое манипуляция в переговорах?	2	2	-	-	2	-	-
2.1	Приемы манипуляции	0,5	0,5	-	-	0,5	-	-
2.2	Какие виды манипуляции, когда нужны	0,5	0,5	-	-	0,5	-	-
2.3	Как противостоять манипуляции	1	1	-	-	1	-	-
3	Кто является ключевыми клиентами для менеджера по продажам?	2	2	-	-	2	-	-
3.1	Создание клиентского досье на ключевого клиента.	0,5	0,5	-	-	0,5	-	-
3.2	Работа с центром принятия решений у ключевого клиента	0,5	0,5	-	-	0,5	-	-
3.3	Создание плана развития ключевого клиента	1	1	-	-	1	-	-
4	Типовые возражения и наиболее эффективные ответы на них	2	2	-	-	2	-	-
4.1	Как отвечать на типовые возражения по цене, срокам и качеству товара	1	1	-	-	1	-	-
4.2	3-х шаговая модель работы с возражениями	1	1	-	-	1	-	-
5.	Почему клиент не покупает?	2	2	-	-	2	-	-
5.1	Коммуникативные технологии «дожима»	1	1	-	-	1	-	-
5.2	Что делать если клиента не устраивают наши условия?	1	1	-	-	1	-	-

Наименование раздела		Трудоемкость, час	Всего ауд. час.	в т.ч. час.			СРС, час	Аттестация
				лекции	лабораторные работы	прак. занятия, семинары		
1		2	3	4	5	6		7
6.	Типовые возражения и наиболее эффективные ответы на них.	2	2	-	-	2	-	-
6.1	Как отвечать на типовые возражения	1	1	-	-	1	-	-
6.2	3-х шаговая модель работы с возражениями	1	1	-	-	1	-	-
7.	Этапы работы с дебиторской задолженностью	2	2	-	-	2	-	-
7.1	Инструменты и методы воздействия	1	1	-	-	1	-	-
7.2	Эффективное использование протокола	1	1	-	-	1	-	-
8.	Составление плана изменений в своей работе на основании полученной информации	2	2	-	-	2	-	-
Итоговая аттестация		1	-	-	-	-	-	1
Всего		16	-	-	-	15	-	1

2.2. Примерный календарный учебный график

Период обучения (дни, недели) ¹⁾	Наименование раздела
Первый день	8 ключевых вопросов планирования для менеджера по продажам.
	Что такое манипуляция в переговорах?
	Кто является ключевыми клиентами для менеджера по продажам?
	Типовые возражения и наиболее эффективные ответы на них
	Почему клиент не покупает?
Второй день	Почему клиент не покупает?
	Типовые возражения и наиболее эффективные ответы на них.
	Этапы работы с дебиторской задолженностью
	Составление плана изменений в своей работе на основании полученной информации
¹⁾ Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение	

2.3. Рабочие программы разделов

№, наименование темы	Содержание лекций (количество часов)	Наименование лабораторных работ (количество часов)	Наименование практических занятий или семинаров (количество часов)	Виды СРС (количество часов)
1	2	3	4	5
1. 8 ключевых вопросов планирования для менеджера по продажам.				
			3 еженедельных плана для менеджера по продажам. (1))	
2. Что такое манипуляция в переговорах?				
			Приемы манипуляции (0,5)	
			Какие виды манипуляции, когда нужны (0,5)	
			Как противостоять манипуляции (1)	
3. Кто является ключевыми клиентами для менеджера по продажам?				
			Создание клиентского досье на ключевого клиента. (0,5)	
			Работа с центром принятия решений у ключевого клиента (0,5)	
			Создание плана развития ключевого клиента (1)	
4. Типовые возражения и наиболее эффективные ответы на них				
			Как отвечать на типовые возражения по цене, срокам и качеству товара (1)	
			3-х шаговая модель работы с возражениями (1)	
5. Почему клиент не покупает?				
			Коммуникативные технологии «дожима» (1)	
			Что делать если клиента не устраивают наши условия? (1)	
6. Типовые возражения и наиболее эффективные ответы на них.				
			Как отвечать на типовые возражения(1)	
			3-х шаговая модель работы с возражениями(1)	
7. Этапы работы с дебиторской задолженностью				
			Инструменты и методы воздействия(1)	
			Эффективное использование протокола (1)	
8. Составление плана изменений в своей работе на основании полученной информации				
			Составление плана изменений в своей работе на основании полученной информации (2)	

2.4. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, оценочные и методические материалы)

2.4.1. Форма итоговой аттестации

Итоговая аттестация проводится в форме зачета в виде круглого стола.

2.4.2. Оценочные материалы

Критерии оценки уровня освоения программы.

- Минимальный уровень – соответствует оценке «удовлетворительно» и обязательный для всех слушателей по завершении освоения программы обучения.

- Базовый уровень – соответствует оценке «хорошо» и характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенции.

- Повышенный уровень – соответствует оценке «отлично» и характеризуется максимально возможной выраженностью компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования.

Оценка «зачтено» соответствует одному из уровней сформированности компетенций: минимальный, базовый, повышенный.

Оценка «не зачтено» ставится слушателю, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

2.4.3. Методические материалы:

«Положение об итоговой аттестации слушателей по дополнительным образовательным программам в Негосударственном частном образовательном учреждении высшего образования «Технический университет УГМК»».

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебные аудитории Технического университета УГМК	Практические занятия, семинары	Мультимедийное оборудование; компьютер преподавателя, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

1. Продажи . — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 210 с. — ISBN 978-5-9614-3206-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163637>

2. Управление продажами : учебник / под редакцией В. В. Панюковой, О. Н. Жильцовой. — Москва : Центркаталог, 2020. — 208 с. — ISBN 978-5-903268-29-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161560>

3. Иванова, Е. А. Управление продажами : учебно-методическое пособие / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 58 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175973>

3.3. Кадровые условия

Кадровое обеспечение программы осуществляют практики, имеющие опыт в области продаж.

3.4. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды:

Электронные информационные ресурсы	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Система для проведения вебинаров	Практические занятия, семинары	Компьютеры, подключенные к сети Интернет, интернет-браузер.

4. РУКОВОДИТЕЛЬ И СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Руководитель программы: Жуков Денис Васильевич, начальник управления дополнительного профессионального образования НЧОУ ВО «Технический университет УГМК».