



Учебный план:

«Управление и экономика современного предприятия: управление продажами»

Количество часов обучения: 612 академических часов.

Срок обучения: 6 календарных месяцев.

Форма обучения: самообразование с использованием дистанционных образовательных технологий.

Общее количество часов специализации «Управление продажами. PROFESSIONAL»: 148 академических часов.

№ п/п	Наименование дисциплин	ВСЕГО	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.			Промеж уточная аттес тация	Итоговая аттес тация
			Дистанционные занятия, час.				
			Всего	Лекции	Практические занятия, семинары		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Личная эффективность руководителя. Лидерство	80	76	38	38	2	2
2	Стратегический и операционный менеджмент	80	76	38	38	2	2
3	Управление продажами. PROFESSIONAL	148	140	70	70	4	4
4	Управление маркетингом	40	36	18	18	2	2
5	Управление персоналом	40	36	18	18	2	2
6	Финансовый менеджмент	40	36	18	18	2	2
7	Управление проектами	40	36	18	18	2	2
ИТОГО:		468	436	218	218	16	16
Итоговая аттестация:							
Итоговый тест, подготовка и защита выпускной квалификационной работы					72		

№ п/п	Наименование дисциплин	ВСЕГО	По учебному плану с использованием дистанционных образовательных технологий, час.			Промеж уточная аттес- тация	Итоговая аттес- тация
			Дистанционные занятия, час.				
			Всего	Лекции	Практические занятия, семинары		
1	2		3	4	5	6	7
	Практика и кейс-метод		72				
	Итого:		612				

Специализация «Управление продажами»

- Управление розничными продажами
 - В курсе: 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
 - В курсе: Оптовые продажи как элемент товаропроводящей сети компании. Отличие оптовых продаж от других. Типы оптовых продаж. Создание эффективного управления оптовыми продажами различных типов. Формирование клиентской базы. Количественно-качественный анализ. «Воронка» клиентов. Регламент и этапы оптовых продаж.
- Интернет-коммерция
 - В курсе: 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. Коммерции в секторе C2C
- Организация и управление системой продаж, эффективный цикл управления
 - В курсе: Оптимальная организационная структура и численность отдела продаж. Технологии привлечения новых клиентов и работы с каждым клиентом (карты продаж и папки продавцов). Нормативы продаж (по делению клиентов, территорий, по взаимодействию с целевыми

клиентами и пр.). Показатели эффективности работы менеджеров по продажам.

- Оптимизация работы отдела продаж
 - В курсе: Методы повышения эффективности у менеджеров по продажам. Управление временем в продажах и увеличение чистого времени контакта с клиентом. Составление эффективных скриптов продаж как инструмент увеличения дохода. Информационное обеспечение продаж (CRM, возможности для анализа, составления отчетности, работы с потенциальными клиентами; аналитика по продажам, наличию и движению товаров, по конкурентам). Создание системы рекомендаций в продажах.
- Подбор и обучение продавцов
 - В курсе: Технологии диагностики и отбора кандидатов. Портрет профессионального продавца – личные качества и компетенции. Особенности адаптации продавцов. Технологии обучения продавцов. Развитие конкретных навыков. Выбор провайдера по обучению продажам. Цели, инструменты, методики, цикл развития.
- Анализ и аудит деятельности отдела продаж
 - В курсе: Алгоритм проведения аудита продаж — определение слабых мест и новых направлений развития. Оценка персонала – сильные и слабые стороны. Получение обратной связи от клиентов. Стратегические ошибки в построении отдела продаж.
- Мотивация отдела продаж
 - В курсе: Система материального вознаграждения продавцов (постоянная и переменная составляющие, их соотношение. Показатели, определяющие размер переменной и постоянной части). Нематериальное вознаграждение продавцов. Мероприятия, повышающие лояльность сотрудников. Формирование у менеджеров веры в продукт. Классификация типов мотивации сотрудников и работы на каждом этапе. Эффективные способы проведения собраний с продавцами.

Содержание модулей

Модуль 1. Личная эффективность руководителя. Лидерство

- Основные управленческие навыки
- Тайм-менеджмент. Делегирование полномочий
- Деловой этикет
- Эффективные решения
- Управление стрессом
- Личная эффективность руководителя
- Лидерство. 7 навыков современного лидера
- Личный брендинг. Как создать репутацию успешного и востребованного руководителя
- Эмоциональный интеллект как основа лидера
- Управление конфликтами
- Навыки публичных выступлений
- Эффективные коммуникации
- Навыки проведения деловых переговоров. Жесткие переговоры

Модуль 2. Стратегический и операционный менеджмент

- Самосознание организации: миссия и цели
- Организационная структура компании. Взаимосвязи и коммуникации
- Стратегия. Виды стратегий и методы их формирования. Модели стратегического управления и планирования. Технология принятия стратегических решений
- Реализация стратегии. Контроль исполнения
- Сбалансированная система показателей (BSC)



- Процессное управление. Виды бизнес-процессов и их влияние на реализацию стратегии компании. Современные методы описания бизнес-процессов и их моделирование
- Постановка бизнес-процессов и оценка их эффективности. Качество бизнес-процессов. Оптимизация бизнес-процессов
- Безопасность бизнеса
- Управление изменениями. Управление сопротивлением изменениям
- Управление компанией по Адизесу. Жизненные циклы компании и действия на каждом из них
- Информационные системы управления
- Системы управления организацией и бизнес-процессы
- Инструменты управления качеством

Модуль 3. Управление продажами. PROFESSIONAL

- Структура продаж в компании
- Оценка эффективности отдела продаж
- Планирование и прогнозирование продаж в компании. Новые методики и стандарты
- Управление каналами сбыта: филиалы, дилеры, франчайзинг. Торговые агенты и представители
- Операционный менеджмент в управлении продажами
- Подбор персонала в отдел продаж. Обучение. Стимулирование (смарт-задачи и KPI). Построение системы активных продаж в компании
- Клиентоориентированность и лояльность
- Организация и управление системой продаж



- Эффективный цикл управления продажами
- Управление компетенциями в продажах
- Управление технологиями осуществления продаж
- Кроссфункциональное взаимодействие
- Стимулирование сбыта в торговых каналах
- Формирование клиентской базы
- Мотивация в управлении продажами: специфика управления мотивацией в области продаж
- Управленческий инструмент: «Алгоритм решения о найме» - этапы подготовки и проведения собеседования
- Управление отношениями с клиентами компании. Базы данных. Ценность клиента. Управление ключевыми и VIP-клиентами

Модуль 4. Управление маркетингом

- Структура маркетинговой деятельности в компании
- Бренд-менеджмент
- Кто наши клиенты: сегментирование, моделирование поведения покупателей, определение и развитие потребностей
- Стратегический маркетинг. Базовые и нестандартные стратегии
- Оценка эффективности работы маркетинговой службы компании
- Анализ рынка: методики и технологии
- Внутренний анализ компании: продукты, преимущества, недостатки
- Ассортимент, ценообразование, каналы распространения продукции компании

Модуль 5. Управление персоналом

- Подбор и найм персонала
- Адаптация персонала. Коучинг, менторинг



- Стратегия управления персоналом в компании. Оценка кадрового потенциала
- Организационное поведение и формирование команд
- Оценка и аттестация персонала. Методы проведения оценки. Технология Assessment-центр
- Развитие и обучение персонала как основа стабильно высокого кадрового уровня организации. Программы развития, подготовки и переподготовки персонала
- Материальная и нематериальная мотивация персонала и стимулирование. Компенсационный пакет, льготы, дотации
- Корпоративная культура и бренд работодателя. Корпоративные компетенции – основа корпоративной идеологии

Модуль 6. Финансовый менеджмент

- Финансовый, налоговый и управленческий учет компании
- Финансовые формы и баланс
- Составление бюджета компании: уровни и цифры
- Финансирование компании. Инвестиции
- Анализ рентабельности, рисков и безубыточности компании. Оптимальная структура и возможность изменений
- Управленческая экономика и правовая среда бизнеса
- Финансовый анализ

Модуль 7. Управление проектами

- Проекты в управленческой деятельности организации. Виды проектов
- Организационный подход к управлению проектами. Цели, задачи, структура. Факторы успеха и провала. Инициаторы проекта. Руководитель проекта
- Жизненный цикл проекта. Внутренняя и внешняя среда проекта



- Временные рамки проекта и ресурсы
- Команда проекта. Уровни подчинения, делегирование, нивелирование конфликтов, мотивация. Коммуникационная составляющая проекта
- Финансирование проекта. Управление стоимостью и издержками. Привлечение инвестиций в проект
- Управление рисками и изменениями в проекте
- Управление качеством. Контроллинг. Отчетность. Оценка эффективности