

**Индивидуальный предприниматель Исакова Анастасия Георгиевна  
Учебный центр ИП Исакова А.Г.**

**«УТВЕРЖДАЮ»  
Приказ №4 от 29.08.2023 г.**

Учебный центр ИП Исакова А.Г.  
Индивидуальный предприниматель  
Исакова Анастасия Георгиевна

\_\_\_\_\_ А.Г. Исакова

«29» августа 2023 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА –  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
«ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ»**

Программа обучения разработана  
Учебным центром ИП Исакова А.Г.

Улан-Удэ, 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ .....	3
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ .....	3
3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК .....	4
4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ .....	4
5.ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	5
6. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ .....	5
7. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ .....	5
8. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ .....	5

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

### **1.1. Область применения программы**

Актуальность проблемы эффективного менеджмента в области продаж продиктована условиями современности. Успешная деятельность руководителя напрямую зависит от того, какими ресурсами и технологическими инструментами он владеет. В свою очередь, уровень успешности руководителя зависит от того, какие ресурсы и технологические инструменты он выбирает в конкретной ситуации и насколько виртуозно умеет их применить на практике. Тренинг позволяет определить круг необходимых для каждого руководителя ресурсов и инструментов и научить применять их на практике. Начинающие руководители получают представление об основных инструментах, необходимых для успешного руководства сотрудниками. У опытных руководителей есть возможность определить зоны своего развития и скорректировать действия.

Программа предназначена для руководителей разных уровней, а также студентов колледжей, техникумов и ВУЗов, планирующих связать свою профессиональную деятельность с управлением.

### **1.2. Цели и задачи программы**

Целью программы является ознакомление с инструментами, повышающими профессиональную эффективность руководителей в контексте цикла управления.

Задачами программы являются формирование теоретических знаний о закономерностях процесса управления и развития управленческой компетентности; приобретение навыков планирования, организации и контроля рабочего процесса, мотивации персонала.

### **1.3. Трудоемкость освоения программы**

Учебная нагрузка составляет 6 академических часов.

### **1.4. Форма освоения программы**

Очная.

## **2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Овладение обучающимися современными знаниями в области менеджмента и технологий социального взаимодействия в команде.

2.1. Освоение программы способствует развитию и совершенствованию универсальных компетенций:

- способность к осуществлению социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;
- использование инструментов и методов управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.

### 3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК

#### 3.1. Трудоемкость освоения программы

Учебная нагрузка составляет 6 академических часов, из них:

- тренинговый цикл - 5,5 часов;
- итоговая аттестация - 0,5 часа.

#### 3.2. Учебный план и календарный учебный график

№ п/п	Наименование циклов, тем и последовательность их распределения	Всего часов	Из них:		Форма контроля
			Контактная работа	Самос-ная работа	
1	2	3	4	5	6
<b>ТЦ</b>	<b>Тренинговый цикл, в том числе</b>	<b>5,5</b>			-
1.	Знакомство	0,5	0,5	-	Текущий
2.	Цикл управления	0,7	0,7	-	Текущий
3.	Планирование	1	1	-	Текущий
4.	Организация работы	1	1	-	Текущий
5.	Мотивация	1	1	-	Текущий
6.	Контроль	1	1	-	Текущий
7.	Заключение	0,3	0,3	-	Текущий
<b>ПИ</b>	<b>Подведение итогов</b>	<b>0,5</b>	-	-	<b>0,5</b>
	<b>ВСЕГО</b>	<b>6</b>	<b>5,5</b>	-	<b>0,5</b>

Тренинг проводится 1 день в течение 6 академических часов.

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

#### Структура программы тренинга «Эффективное управление продажами»

№ п/п	Наименование этапов	Содержание материала	Методические приемы
1	2	3	4
<b>ТЦ</b>	<b>Тренинговый цикл</b>		
1.	Знакомство	Представление тренера и программы тренинга. Знакомство участников. Выяснение ожиданий участников. Введение правил тренинга.	Иллюстрация
2.	Цикл управления	Качества, необходимые руководителю для эффективной работы. Цикл управления. Управленческие функции.	Мозговой штурм, мини-лекция, воркшоп
3.	Планирование	Коробка планирования. Принципы эффективного планирования. Уровень самоменеджмента. Принцип Парето - как сфокусироваться на главном.	Деловая игра, мини-лекция, тест

4.	Организация работы	Дела - слоны, дела - лягушки. Правила постановки целей. Цель по SMART. Делегирование.	Мини-лекция, воркшоп, дискуссия
5.	Мотивация	Виды и способы мотивации. Мотивация сотрудников.	Мини-лекция, домашнее задание
6.	Контроль	Виды контроля. Специфика выбора. Методы контроля во время отсутствия руководителя.	Мини-лекция, воркшоп, дискуссия
7.	Заключение	Подведение итогов. Связь полученного опыта с практикой.	Дискуссия, обратная связь
ПИ	Подведение итогов	Тестирование	Тест

## **5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

5.1. Реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля) и опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации или профессиональной переподготовки по направлению «Дополнительное образование детей и взрослых»

5.2. Реализация программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

5.3. Реализация программы осуществляется с применением современных образовательных технологий и методических приемов. Участники тренинга получают раздаточные материалы (рабочая тетрадь, научные статьи по теме). Блок контрольных материалов (итоговая аттестация) представлен тестовыми заданиями.

## **6. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

6.1. Оценка качества освоения программы включает фиксацию хода образовательного процесса в виде итогового тестирования слушателей.

6.2. Подведение итогов проводится в виде теста.

## **7. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

7.1. Контрольный тест состоит из 12 закрытых вопросов. Минимальная доля правильных ответов, обеспечивающая прохождение тестирования, составляет 70 % (9 ответов) (Приложение №1).

## **8. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

8.1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, отвечающие тематике дисциплины:

1. Белкина Н. А. Самомотивация человека - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/samomotivatsiya-cheloveka>

2. Жданов Д. А. Механизм отбора топ-менеджеров предприятий - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elib.spbstu.ru/dl/2/8061.pdf/download/8061.pdf>
3. Курбонов А. М. Тайм-менеджмент - основа развития человека - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/taym-menedzhment-osnova-razvitiya-cheloveka>
4. Мамедова Ю. А. Мотивация персонала, как функция управления современной организации - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-personala-kak-funktsiya-upravleniya-sovremennoy-organizatsii>

## 8.2. Литература:

1. Акбарова С. А. Постановка целей по методике SMART и как она влияет на мотивацию сотрудников / С. А. Акбарова // Colloquium-journal. – 2019. – № 2 (26). – С. 34-36.
2. Байков Е. А. Организация стратегического планирования на предприятиях сферы услуг в условиях нестабильности / Е. А. Байков // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2013. – № 3 (173). – С. 98-102.
3. Жданов Д. А. Эффективность руководителя: какие качества ее определяют? / Д. А. Жданов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 36 (273). – С. 53-63.
4. Каз Е. М. Концепция жизненного цикла в организации управления трудом на предприятии / Е. М. Каз // Стратегии бизнеса. – 2016. – № 2 (22). – С. 16-19.
5. Пахомов А. П. Применять или не применять принцип Парето на практике? / А. П. Пахомов // Вестник РУДН. Серия Экономика. – 2010. – № 1. – С. 5-12.
6. Шарова Е. Б. Мотивация персонала как фактор повышения эффективности функционирования организации / Е. Б. Шарова // Территория науки. – 2015. – № 4 – С. 90-94.

**Тест «Эффективное управление продажами»**

Выберите правильный ответ (или правильные ответы) из предложенных вариантов.

<p>1. Что означает термин «продажа»?</p> <p>а) реализация товаров конечным потребителям;</p> <p>б) купля-продажа товаров;</p> <p>в) система убеждений покупателя в преимуществах, которые данный продукт или услуга могут предоставить покупателю в случае совершения покупки;</p> <p>г) процесс обслуживания клиентов.</p>	<p>7. Какие принципы относят к общим принципам управления продажами?</p> <p>а) универсальность;</p> <p>б) гибкость;</p> <p>г) системность;</p> <p>д) сопоставимость.</p>
<p>2. Что является объектом управления продажами?</p> <p>а) товар;</p> <p>б) технологические процессы по обслуживанию покупателя;</p> <p>в) покупатель;</p> <p>г) купля-продажа товара.</p>	<p>8. Какие принципы относят к частным принципам управления продажами?</p> <p>а) ориентация на рынок;</p> <p>б) поиск выгод;</p> <p>в) профессионализация продаж;</p> <p>г) взаимозаменяемость.</p>
<p>3. Кто относится к субъектам управления продажами?</p> <p>а) руководители и специалисты, которые осуществляют определенные функции в данной сфере деятельности организации;</p> <p>б) клиентская база;</p> <p>в) товар;</p> <p>г) технологические процессы по обслуживанию покупателей.</p>	<p>9. Какие типы продаж выделяют в зависимости от выполняемых функций?</p> <p>а) спекулятивные, агрессивные, предпринимательские;</p> <p>б) консультационные, демонстрационные, презентационные;</p> <p>в) креативные, миссионерские, операторные;</p> <p>г) предпринимательские, спекулятивные, трансакционные.</p>
<p>4. Что понимают под термином «управление продажами»?</p> <p>а) управление торговым персоналом и процессами в области продаж;</p> <p>б) деятельность по планированию, организации, мотивации и контролю продаж;</p> <p>в) совокупность этапов, осуществляемых продавцом для совершения продажи;</p> <p>г) организацию рекламных воздействий на покупателя.</p>	<p>10. Какие типы продаж выделяют с позиций ориентации продавца на клиента или на продукт?</p> <p>а) креативный;</p> <p>б) обслуживание;</p> <p>в) спекулятивный;</p> <p>г) агрессивный.</p>
<p>5. В каких функциях заключается сущность управления продажами?</p> <p>а) в планировании;</p> <p>б) в организации продаж;</p> <p>в) в формировании клиентской базы;</p> <p>г) в мотивации продаж.</p>	<p>11. Какие бывают продажи по длительности устанавливаемых контактов с потребителями?</p> <p>а) трансакционные;</p> <p>б) спекулятивные;</p> <p>в) консультационные;</p>

	г) через развитие отношений.
6. Что включает система принципов управления продажами? а) общие принципы; б) специфические принципы; в) универсальные принципы; г) частные принципы.	12. Какие модели продаж выделяют по уровню создаваемой ценности? а) предпринимательскую; б) миссионерскую; в) спекулятивную; г) транзакционную.