



**Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Бизнес школа МФЦ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА
Курс обучения менеджеров по продажам**

УТВЕРЖДАЮ.
Директор АНО ДПО
«Бизнес школа МФЦ»

Е.В.Денисова

« ____ » _____ 20 ____ г.

Рабочая программа учебного курса : «Менеджер по продажам».

Область применения рабочей программы:

Рабочая программа используется при обучении в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации и переподготовке с целью обновления знаний, умений и повышения квалификации в рамках специальности.

Программа дополнительного профессионального образование соответствует следующим требованиям к образованию для данной профессии: среднее профессиональное образование и (или) высшее образование, лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Организация-разработчик: АНО ДПО «Бизнес школа МФЦ»

Разработчики:

Розова Е.В. преподаватель дисциплины_АНО ДПО «Бизнес школа МФЦ»



СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА ...	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА ...	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО КУРСА

Менеджер по продажам

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 100701 «Коммерция (по отраслям).

Место рабочей программы в структуре основной профессиональной образовательной программы: Общепрофессиональная дисциплина. Профессиональный цикл.

Рабочая программа может быть использована

- в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки специалистов) при наличии профессионального образования средне - специального, незаконченного высшего, высшего образования;

1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Цель изучения курса. В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- принять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы делового и управленческого общения;
- планировать и организовывать работу ;
- Управлять факторами, влияющими на покупательское поведение.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен знать:**

- Работу менеджера по продажам в области исследований – маркетинг и развитие возможностей продаж;
- Содержание процесса продаж. Продажи: активные, пассивные, повторные продажи;
- Управление, планирование, контроль, наблюдение за процессом продаж;
- Психологию делового общения;
- Процесс обслуживания ;
- Стили , коммуникации, деловое и управленческое общение;

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины. Менеджер по продажам :

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа , в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 46 часов; практической работы обучающегося 26 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. Бухгалтерский учет при упрощенной системе налогообложения

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная учебная нагрузка (всего)	46
в том числе:	
практические занятия	26
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачёта	

2.2. Тематический план и содержание учебного курса: Менеджер по продажам

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1 Менеджер по продажам- специфика требований профессии.		6	
	Менеджер по продажам – специфика требований профессии . 1.1. Описание профессии по основным психологическим классификационным признакам (портрет профессии). <i>Практикум: Профиль менеджера</i>	6	6
Тема 2. Работа менеджера по продажам –маркетинг и развитие возможностей продаж		8	
	2. Работа менеджера по продажам в области исследований – маркетинг и развитие возможностей продаж 2.1 Понятие и сущность рынка. Соотношение маркетинга и продаж в организации. 2.2 Маркетинговая концепция управления рынком. 2.2.1. Слагаемые маркетинга. 2.3. Потребность и поведение потребителя. 2.3.1. Сбыт и реализация товаров. Продвижение товаров.	8	8

	<p>2.4. Реклама в стратегии маркетинга.</p> <p>2.4.1. Инструменты распространения рекламы.</p> <p>2.4.2. Воздействие и восприятие, имидж и фирменный стиль</p>		
<p>Тема 3.</p> <p>Методы распределения товаров.</p> <p>Розничная торговля.</p> <p>Содержание процесса продаж.</p> <p>Продажи: активные ,</p> <p>пассивные, повторные продажи</p>		8	
	<p>Методы распределения товаров. Розничная торговля</p> <p>Содержание процесса продаж. Продажи: активные ,</p> <p>пассивные, повторные продажи.</p> <p>3.1 Активные продажи , особенности. Круг активных продаж и его особенности в разных видах бизнеса;</p> <p>3.2. Пассивные продажи ;</p> <p>3.3. Повторные продажи, поддержание взаимоотношений с клиентами.</p> <p>3.4. Принципы и инструменты самоорганизации и планирования для менеджера по продажам;</p> <p>3.5. Подготовка к продажам. «Амуниция продавца».</p> <p>Упражнения для саморазвития и «лучший учебник по продажам». Способы самоанализа.</p> <p>3.6. Воронка продаж. Понятие «лавины продаж» и</p>	6	2

	выравнивание объемов. Правильный подход к продажам; 3.7. Дифференцированные продажи. Основные ошибки в продажах и причины потери клиента;		
Тема 4. Обслуживание покупателя(клиента)		8	
	4. Обслуживание покупателя (клиента) 4.1. Цели политики обслуживания. 4.2. Управление, планирование, контроль, наблюдение за процессом обслуживания покупателей (клиентов). 4.3. Типы покупателей (клиентов). 4.4. Факторы, влияющие на покупательское поведение. 4.5. Особенности продаж по телефону; <i>Практикум: Профиль клиента</i> ;	6	2
Тема 5. Психология делового общения		6	
	5. Психология делового общения 5.1. Культура делового общения. Основные этапы проведения деловой беседы: 5.2. Универсальные приемы установления контакта <ul style="list-style-type: none">• искусство задавать вопросы	4	2

	<ul style="list-style-type: none"> • характеристика рефлексивного слушания: • подача позитивного сигнала • перифраз • резюмирование <ul style="list-style-type: none"> • психологические приемы воздействия: • метод "Да, и ..." • метод "Сократа и др. • тактика аргументации • классификация возражений и ответы на них. Инструменты для преодоления возражений. Отработка навыков преодоления возражений. Ответы на возражения с учетом ведущего мотива клиента.; <ul style="list-style-type: none"> • завершение беседы <p>5.3. Схема анализа деловой беседы <i>Практикум: Личный стиль делового общения</i></p>		
<p align="center">Тема 6. Конфликты в работе менеджера по продажам и пути их разрешения</p>		6	
	<p>6. Конфликты в работе менеджера по продажам и пути их разрешения 6.1. Основные типы конфликтов</p> <ul style="list-style-type: none"> • причины возникновения 	4	2

	<ul style="list-style-type: none"> • схема развития конфликта <p>6.2. Управление конфликтами ~ характеристика конфликтных типов и приемы обращения с ними <i>Практикум: Типовые стратегии (стили) поведения в конфликтах</i></p>		
Тема 7 Психология невербального общения		6	
	<p>7. Психология невербального общения</p> <p>7.1. Основные невербальные каналы общения</p> <ul style="list-style-type: none"> • пространство характеристика личной, интимной, социальной, публичной зон межличностного общения • мимика – лицо, как главный источник информации • взгляд – специфика делового, светского взгляда • интонация – особенности взаимодействия речевых невербальных каналов общения • поза и жесты – общие понятия о языке жестов <p>7.2. Характеристика основных групп популярных жестов <i>Практикум: Значение невербальных контактов. Правила чтения жестов и поз.</i></p>	4	2
Тема 8		6	

Психология невербального общения			
	<p>7. Психология невербального общения</p> <p>7.1. Основные невербальные каналы общения</p> <ul style="list-style-type: none"> • пространство характеристика личной, интимной, социальной, публичной зон межличностного общения • мимика – лицо, как главный источник информации • взгляд – специфика делового, светского взгляда • интонация – особенности взаимодействия речевых невербальных каналов общения • поза и жесты – общие понятия о языке жестов <p>7.2. Характеристика основных групп популярных жестов <i>Практикум: Значение невербальных контактов. Правила чтения жестов и поз.</i></p>	4	2
Тема 9 Психология позиции в общении ведущие к успеху		6	
	<p>8. Психологические позиции в общении, ведущие к успеху</p> <p>8.1. Понятие о психологических позициях (состояниях).</p> <p>8.2. Формирование компетентного стиля общения, как самостоятельной характеристики менеджера по продажам</p>	4	2
Тема 10 Стресс- менеджмент		10	

	9. Стресс-менеджмент 9.1. Работоспособность человека и определяющие её факторы. 9.2. Стрессовые ситуации в работе менеджера по продажам. Виды стресса, причины, основные стадии развития стресса. <i>Практикум: Стресс-менеджмент. Антистрессовая программа менеджера по продажам</i>	6	4
Зачет		6	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОГО КУРСА

Менеджер по продажам

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины. Менеджер по продажам .

Оборудование учебного кабинета:

- столы в комплекте
- стулья в комплекте
- комплект методического пособия по курсу .

Технические средства обучения:

- компьютеры для преподавателя .
- оргтехника.
- доска демонстрационная .
- аппарат демонстрационный мультимедийный
- флипчарт.
- Интернет.

Канцелярское оборудование:

- ручки.
- тетради .

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основные источники:

1. Мастера продаж. Секреты профессионалов, благодаря которым вы можете стать торговым агентом мирового уровня [Текст] : учебник /. – М. : ФОРУМ: ИНФРА – М, 2006. - 304с.

2. Меттсон Д. Психология успешных продаж [Текст] : учебное пособие /: «Феникс», 2012. –208 с.

3. Деревицкий А. Школа продаж. Что делать, если клиент не хочет покупать? 455 приемов борьбы с возражениями. [Текст] : учебник , / Альпина Бизнес / г. 2012. – 336 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА Менеджер по продажам

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
принять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы делового и управленческого общения.	Комиссионная оценка выполнения практических заданий
планировать и организовывать работу	Комиссионная оценка выполнения практических заданий
управлять факторами, влияющими на покупательское поведение	Комиссионная оценка выполнения практических заданий
Знания:	
работа менеджера по продажам в области исследований – маркетинг и развитие возможностей продаж	Дифференцированный зачет
содержание процесса продаж. продажи: активные, пассивные, повторные продажи	Тестирование
управление, планирование, контроль, наблюдение за процессом продаж	Тестирование
психологию делового общения	Дифференцированный зачет
процесс обслуживания	Дифференцированный зачет
стили , коммуникации, деловое и управленческое общение	Дифференцированный зачет