

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«МИЛКИ КОМПАНИ»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор

ООО «МИЛКИ КОМПАНИ»



/ В.Г. Колун

Приказ № 101/1-ДПО

от «13» января 2025г.

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

Директор продаж: от стратегии к результату

Присваиваемая квалификация:

«Директор продаж»

Трудоёмкость: 280 академических часов

Автор-составитель:

Учебно - методический отдел

ООО «МИЛКИ КОМПАНИ»

г. Кисловодск - 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1 Нормативная основа разработки образовательной программы
- 1.2 Цели и задачи реализации программы
- 1.3 Общая характеристика Программы
- 1.4 Профессиональные компетенции профессии, должности служащих
- 1.5 Результаты освоения Программы
- 1.6 Общая характеристика программы

2 ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ

3. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

3.1 Учебный план

3.1 Учебно-тематический график

4. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

5. ОРГАНИЗАЦИОННО – ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

- 5.1 Методические рекомендации по освоению реализации программы профессионального обучения
- 5.2 Кадровое обеспечение реализации программы
- 5.3 Материально-технические база программы профессионального обучения
- 5.4 Требования к материально-техническим условиям со стороны слушателя (потребителя образовательной услуги)
- 5.5 Методические материалы

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В современном мире бизнеса продажи являются ключевым драйвером успеха любой компании. От эффективности работы отдела продаж напрямую зависят финансовые показатели, конкурентоспособность и устойчивость бизнеса в долгосрочной перспективе. Однако управление продажами — это не просто организация процессов, а сложная система, требующая стратегического подхода, глубоких знаний, лидерских качеств и способности адаптироваться к изменениям рынка.

Роль директора продаж выходит за рамки традиционного понимания руководителя отдела. Сегодня это стратегический лидер, который отвечает за построение и реализацию коммерческой стратегии компании, управление командой, внедрение инноваций и достижение конкретных бизнес-результатов.

В условиях высокой конкуренции, цифровизации и глобализации рынков компании испытывают острую потребность в профессиональных директорах продаж, обладающих комплексными компетенциями: от аналитики и стратегического планирования до управления людьми и внедрения современных технологий.

Программа профессиональной переподготовки «Директор продаж: от стратегии к результату» разработана для подготовки специалистов, способных эффективно управлять продажами в современных условиях и достигать амбициозных целей. Она сочетает в себе теоретические знания, практические инструменты и актуальные кейсы, позволяющие участникам сразу применять полученные навыки в своей профессиональной деятельности.

АКТУАЛЬНОСТЬ

В современных условиях высокой конкуренции и динамично меняющегося рынка роль директора продаж становится ключевой для успешного функционирования любой компании. От эффективности управления продажами напрямую зависят финансовые показатели бизнеса, его устойчивость и способность к росту.

Рынок требует от руководителей отделов продаж не только глубокого понимания процессов продаж, но и владения стратегическим мышлением, навыками управления командой, аналитическими способностями и компетенциями в области маркетинга, переговоров и клиентского сервиса. При этом спрос на профессиональных директоров

продаж постоянно растёт, а предложение качественных специалистов остаётся ограниченным.

1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Нормативная основа разработки образовательной программы

Основная программа профессионального обучения – программа профессиональной подготовки по профессии, должности служащих «Директор продаж» - далее «Программа» - это комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных курсов, оценочных и методических материалов, форм аттестации.

Программа разработана на основе следующих нормативных правовых документов:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Приказом Министерства образования и науки РФ от 01.07.2013 №499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»
3. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 N28 "Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарно- эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей, и молодежи";
4. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N 152-ФЗ.

1.2. Цели и задачи реализации программы

Целью реализации программы: Подготовка высококвалифицированных специалистов, обладающих всеми необходимыми компетенциями для эффективного управления продажами и достижения бизнес-целей компании.

Основные задачи программы включают:

Формирование стратегического мышления: Обучение участников разработке и реализации стратегий продаж, учитывающих специфику рынка и цели компании.

Развитие лидерских качеств: Освоение методик управления командой, мотивации сотрудников и создания корпоративной культуры, ориентированной на результат.

Освоение современных инструментов продаж: Изучение технологий автоматизации, CRM-систем, аналитики данных и других инструментов, повышающих эффективность работы отдела продаж.

Практическая подготовка: Решение реальных кейсов, анализ успешных практик и ошибок, моделирование ситуаций, с которыми сталкивается директор продаж.

Обеспечение конкурентоспособности: Подготовка специалистов, способных успешно конкурировать на рынке труда и достигать высоких результатов в своей профессиональной деятельности.

1.3 Общая характеристика Программы

Программа направлена на получение компетенций, необходимых для выполнения профессионального вида деятельности, приобретение новой квалификации по профессии «Директор продаж» и регламентирует: цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки слушателей по данной профессии.

При разработке и реализации программы ООО «МИЛКИ КОМПАНИ» ориентируется на конкретный вид профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится слушатель, исходя из потребностей рынка труда и материально-технических ресурсов организации.

Обучение по программе осуществляется на основе договора об оказании услуг, заключаемого со слушателем и (или) с физическим или юридическим лицом, обязующимся оплатить обучение лица, зачисляемого на обучение.

Необходимые знания

Основы управления и экономики:

Понимание принципов организации бизнес-процессов.

Знание основных экономических показателей и их влияния на деятельность компании.

Теория и практика продаж:

Основные этапы процесса продаж (презентация, работа с возражениями, закрытие сделки).

Методы построения отношений с клиентами.

Маркетинговые основы:

Понимание принципов маркетинга и его роли в продвижении товаров/услуг.

Базовые знания о сегментации рынка и анализе потребностей клиентов.

Управление персоналом:

Принципы мотивации и развития сотрудников.

Основы делегирования задач и контроля выполнения.

Аналитика и работа с данными:

Навыки анализа статистических данных (например, объемы продаж, конверсия).

Понимание ключевых метрик эффективности работы отдела продаж (KPI, ROI и др.).

Юридические аспекты:

Основы договорного права и защиты прав потребителей.

Знание законодательства в области торговли и услуг.

Цифровые технологии и инструменты:

Общее представление о CRM-системах и их роли в управлении продажами.

Базовые навыки работы с офисными программами (Excel, Word, PowerPoint).

Необходимые навыки

Для эффективного обучения и последующего применения полученных знаний в работе директора продаж слушатели должны обладать следующими практическими навыками:

Управленческие навыки:

Умение организовывать работу команды и координировать её действия.

Навыки постановки целей и планирования задач.

Коммуникативные навыки:

Способность вести переговоры и убеждать собеседников.

Умение выстраивать доверительные отношения с клиентами и подчинёнными.

Аналитическое мышление:

Способность анализировать информацию, выявлять тренды и принимать решения на основе данных.

Умение составлять отчеты и презентовать результаты.

Стратегическое мышление:

Способность видеть долгосрочные цели и разрабатывать планы их достижения.

Умение адаптироваться к изменениям рынка и корректировать стратегию.

Работа с цифровыми инструментами:

Базовые навыки использования CRM-систем для управления продажами.

Умение работать с таблицами Excel для анализа данных (фильтрация, сводные таблицы, графики).

Лидерские качества:

Способность мотивировать и вдохновлять команду.

Умение решать конфликты и находить компромиссы.

Навыки самоорганизации:

Умение эффективно распределять время и ресурсы.

Способность работать в условиях многозадачности и высокой нагрузки.

Креативное мышление:

Способность находить нестандартные решения для достижения целей.

Умение адаптировать подходы к продажам под конкретные задачи и клиентов.

1.4. Профессиональные компетенции профессии

Организационное обеспечение деятельности организации

Трудовые функции	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>Разработка и реализация стратегий продаж Анализ рынка и конкурентной среды Определение целевых сегментов Установление целей и KPI для команды Управление командой продаж Подбор, обучение и развитие специалистов Постановка задач и контроль выполнения Анализ и оптимизация процессов продаж Оценка эффективности каналов продаж Внедрение новых технологий и инструментов</p> <p>Формирование бюджета и финансовое планирование Оценка прогнозируемых доходов и затрат Управление финансовыми потоками Установление партнерских отношений Разработка стратегий по работе с ключевыми клиентами Ведение переговоров</p>	<p>Проведение маркетинговых исследований Разработка бизнес-планов и презентаций Осуществление анализа и оценки результатов продаж Организация вебинаров и семинаров по обучению команды Регулярное составление отчетов о выполнении планов продаж</p>	<p>Стратегическое мышление Лидерство и управление в команде Аналитические способности Навыки ведения переговоров Коммуникабельность и умение работать с людьми</p>	<p>Маркетинговые и продажные стратегии Финансовый анализ и планирование Современные технологии в сфере продаж Правовые аспекты коммерческой деятельности Психология продаж и клиентского сервиса</p>

1.5. Результаты освоения программы

Результатом освоения программы является овладение слушателями видом профессиональной деятельности: «Директор продаж»

По завершении программы слушатели должны продемонстрировать следующие результаты:

Разрабатывать и внедрять эффективные стратегии продаж, соответствующие целям компании.

Управлять отделом продаж, мотивировать команду и достигать высоких KPI.

Использовать современные инструменты и технологии для оптимизации процессов продаж.

Эффективно работать с клиентами, прогнозировать их потребности и предлагать решения.

Принимать управленческие решения на основе анализа данных и рыночных трендов.

Уверенно конкурировать на рынке труда и занимать руководящие позиции в сфере продаж.

1.6 Общая характеристика программы

Требования к уровню подготовки поступающих на обучение: наличие среднего профессионального и (или) высшего образования, что подтверждается наличием соответствующего документа об образовании; возможно обучение лиц, получающих среднее профессиональное и (или) высшее образование, что подтверждается справкой учебного заведения, а документ об окончании обучения по программе дополнительного профессионального образования в этом случае выдается после предъявления диплома о полученном среднем профессиональном и (или) высшем образовании.

Формы освоения программы: заочная, с применением исключительно дистанционных образовательных технологий, электронного обучения, посредством сети Интернет, с использованием программного обеспечения.

Дистанционная форма обучения проводится средствами платформы, онлайн-конференций в формате онлайн-занятий. Рабочее место слушателя должно быть оснащено компьютером с подключением к сети Интернет:

Форма организации образовательной деятельности – индивидуальная или групповая. Профессиональное обучение также может быть в соответствии с индивидуальным ускоренным учебным планом.

Режим занятий: занятия проводятся по учебному расписанию и предусматривается возможность обучения по индивидуальному учебному плану (графику обучения) в пределах осваиваемой программы профессионального обучения. Начало обучения по мере комплектования учебных групп, набор на обучение в течение всего календарного года.

Язык обучения – русский

Количество слушателей в группе – до 80 обучающихся

Трудоемкость обучения по данной программе – 280 часов

Занятия с использованием компьютерной техники организуются в соответствии с гигиеническими требованиями к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы, занятия сокращаются на 15 минут.

Продолжительность 1 ак.ч. – 45 минут.

Число занятий в неделю: 3 ч.

Практическое обучение проходит в режиме онлайн, после окончания практического обучения – итоговая аттестация.

Итоговый документ – диплом о профессиональной переподготовки

2. ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ

Результативность освоения программы систематически отслеживается в течение обучения. С этой целью используются разнообразные виды контроля: входной и текущий контроль, итоговая аттестация.

Входной контроль проводится в начале курса для определения уровня знаний, слушателей на начало обучения по программе.

Текущий контроль успеваемости слушателей представляет систематическую проверку учебных достижений слушателей, проводимую педагогом по окончании изученной темы, в начале следующего урока, в форме устного опроса или ответа на вопросы (письменно), тестирование в целях получения информации:

- о выполнении требуемых действий в процессе учебной деятельности;
- о правильности выполнения требуемых действий;

Проведение текущего контроля успеваемости направлено на обеспечение выстраивания образовательного процесса максимально эффективным образом для достижения результатов освоения программы. Данная информация используется педагогом только для мониторинга результатов обучения и не сообщается слушателям. Домашние задания после каждого урока проверяются педагогом.

Тестирование проходит с использованием компьютерных средств. Слушатель получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Правильные ответы определяются автоматически. Оценка выставляется в зависимости от количества правильно выполненных заданий. Слушатели, успешно выполнившие обучение, допускаются к итоговой аттестации. Результаты оформляются протоколом.

3. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

3.1. Учебный план

Наименование тем	Общее количество часов	В том числе:		Форма контроля
		ТЗ	СР	
Модуль 1. Стратегическое управление продажами	48	27	21	Тестирование
Модуль 2: Организация и управление отделом продаж	53	30	23	Тестирование
Модуль 3: Эффективные технологии продаж	40	19	21	Тестирование
Модуль 4: Сервисология и управление клиентским опытом	49	28	21	Тестирование
Модуль 5: Юридические и финансовые аспекты в управлении продажами	29	8	21	Тестирование
Модуль 6. Духовные аспекты в продажах	31	10	21	Тестирование
Итого	280	122		

3.2. Учебно-тематический график

Название	Форма	Часы	Дата

Модуль 1. Стратегическое управление продажами

Роль директора продаж	Теория\практика	45 мин	
Анализ рынка и конкурентов для построения стратегии.	Теория\практика	45 мин	
Постановка целей и KPI в продажах.	Теория\практика	45 мин	
Разработка маркетинговой стратегии для отдела продаж.	Теория\практика	45 мин	
Определение целевой аудитории и сегментация рынка.	Теория\практика	45 мин	
Создание уникального торгового предложения (УТП).	Теория\практика	45 мин	
Стратегия ценообразования и её влияние на продажи.	Теория\практика	45 мин	
Кросс-функциональное взаимодействие: продажи и маркетинг.	Теория\практика	45 мин	
Прогнозирование продаж и планирование бюджета.	Теория\практика	45 мин	
Управление рисками в продажах.	Теория\практика	45 мин	
Анализ эффективности рекламных кампаний.	Теория\практика	45 мин	
Использование CRM-систем для стратегического управления.	Теория\практика	45 мин	
Тренды в продажах: digital-трансформация и автоматизация.	Теория\практика	45 мин	
Разработка долгосрочной стратегии роста продаж.	Теория\практика	45 мин	
Управление сезонностью и цикличностью спроса.	Теория\практика	45 мин	

Масштабирование бизнеса через новые каналы продаж.	Теория\практика	45 мин	
Выстраивание партнёрских отношений с ключевыми клиентами.	Теория\практика	45 мин	
Стратегия работы с возражениями на уровне компании.	Теория\практика	45 мин	
Управление брендом компании через продажи.	Теория\практика	45 мин	
Лидерство в продажах: как мотивировать команду к выполнению стратегии.	Теория\практика	45 мин	
Оценка эффективности стратегических решений.	Теория\практика	45 мин	
Работа с данными для корректировки стратегии.	Теория\практика	45 мин	
Построение системы обратной связи с клиентами.	Теория\практика	45 мин	
Интеграция офлайн- и онлайн-каналов продаж.	Теория\практика	45 мин	
Управление конфликтами между отделами в рамках стратегии.	Теория\практика	45 мин	
Разработка антикризисной стратегии продаж.	Теория\практика	45 мин	
Международные продажи: особенности стратегии.	Теория\практика	45 мин	
Самостоятельная работа	-	19	
Тестирование	-	2	
Итого	-	48	

Модуль 2: Организация и управление отделом продаж

Структура отдела продаж: выбор оптимальной модели.	Теория\практика	45 мин	
Определение функционала сотрудников отдела продаж.	Теория\практика	45 мин	
Рекрутинг и найм топовых специалистов по продажам.	Теория\практика	45 мин	
Обучение и адаптация новых сотрудников.	Теория\практика	45 мин	
Мотивация команды продаж: материальная и нематериальная.	Теория\практика	45 мин	
Постановка задач и распределение ресурсов.	Теория\практика	45 мин	
Управление временем и приоритетами в продажах.	Теория\практика	45 мин	
Контроль выполнения плана продаж.	Теория\практика	45 мин	
Оценка эффективности сотрудников отдела продаж.	Теория\практика	45 мин	
Управление текучестью кадров в отделе продаж.	Теория\практика	45 мин	
Построение системы наставничества в продажах.	Теория\практика	45 мин	
Управление удалёнными сотрудниками.	Теория\практика	45 мин	
Внедрение стандартов работы с клиентами.	Теория\практика	45 мин	
Оптимизация процессов внутри отдела продаж.	Теория\практика	45 мин	
Управление конфликтами внутри	Теория\практика	45 мин	

команды.			
Построение культуры высоких продаж.	Теория\практика	45 мин	
Управление проектами в отделе продаж.	Теория\практика	45 мин	
Разработка регламентов и инструкций для продаж.	Теория\практика	45 мин	
Внедрение технологий автоматизации в работу отдела.	Теория\практика	45 мин	
Управление зонами ответственности сотрудников.	Теория\практика	45 мин	
Система делегирования полномочий в продажах.	Теория\практика	45 мин	
Работа с внешними подрядчиками и агентами.	Теория\практика	45 мин	
Построение системы обучения внутри отдела.	Теория\практика	45 мин	
Управление производительностью труда сотрудников.	Теория\практика	45 мин	
Оптимизация затрат на содержание отдела продаж.	Теория\практика	45 мин	
Разработка системы карьерного роста для сотрудников.	Теория\практика	45 мин	
Управление внештатными сотрудниками.	Теория\практика	45 мин	
Построение команды продаж "с нуля".	Теория\практика	45 мин	
Построение команды продаж "с нуля".	Теория\практика	45 мин	
Кейсы управления отделом продаж	Практика	45 мин	
Самостоятельная работа	-	22	

Тестирование	-	2	
Итого	-	53	
Модуль 3: Эффективные технологии продаж			
Этапы продаж: от первого контакта до закрытия сделки.	Теория\практика	45 мин	
Этапы продаж: от первого контакта до закрытия сделки.	Теория\практика	45 мин	
Холодные звонки: скрипты и техники.	Теория\практика	45 мин	
Работа с возражениями клиента.	Теория\практика	45 мин	
Консалтинговый подход в продажах.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через социальные сети (SMM-продажи).	Теория\практика	45 мин	
Использование email-маркетинга для увеличения продаж.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через контент-маркетинг.	Теория\практика	45 мин	
Продажи в B2B и B2C сегментах: различия и особенности.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через чат-боты и мессенджеры.	Теория\практика	45 мин	
Технология "воронки продаж".	Теория\практика	45 мин	
Продажи через личный бренд менеджера.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через реферальные программы.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через отзывы и рекомендации	Теория\практика	45 мин	

клиентов.			
Продажи через партнёрские программы.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через демонстрации и презентации.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через бесплатные пробные версии. Акции и скидки.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через SEO и контекстную рекламу.	Теория\практика	45 мин	
Кейсы технологий продаж.	Практика	1	
Самостоятельная работа	-	19	
Тестирование	-	2	
Итого	-	40	

Модуль 4: Сервисология и управление клиентским опытом

Сервисология как наука о качественном обслуживании: Основные принципы сервисологии и их применение в современных продажах.	Теория\практика	45 мин	
Понятие клиентского опыта	Теория\практика	45 мин	
Карта пути клиента	Теория\практика	45 мин	
Управление ожиданиями клиента.	Теория\практика	45 мин	
Построение доверительных отношений с клиентами.	Теория\практика	45 мин	

Обслуживание клиентов на всех этапах работы.	Теория\практика	45 мин	
Управление жалобами и претензиями клиентов.	Теория\практика	45 мин	
Повышение лояльности клиентов.	Теория\практика	45 мин	
Программы лояльности и их эффективность.	Теория\практика	45 мин	
Удержание клиентов: стратегии и методы.	Теория\практика	45 мин	
Управление базой данных клиентов.	Теория\практика	45 мин	
Персонализация взаимодействия с клиентами.	Теория\практика	45 мин	
Управление обратной связью от клиентов.	Теория\практика	45 мин	
Управление качеством обслуживания.	Теория\практика	45 мин	
Клиентский сервис: стандарты и метрики.	Теория\практика	45 мин	
Управление повторными продажами.	Теория\практика	45 мин	
Работа с потерянными клиентами.	Теория\практика	45 мин	
Управление эмоциональным состоянием клиента.	Теория\практика	45 мин	
Работа с VIP-клиентами.	Теория\практика	45 мин	
Построение системы быстрого реагирования на запросы клиентов.	Теория\практика	45 мин	

Использование AI для улучшения клиентского опыта.	Теория\практика	45 мин	
Продажи через персональные рекомендации.	Теория\практика	45 мин	
Работа с отзывами и репутацией бренда.	Теория\практика	45 мин	
Построение системы благодарности клиентов.	Теория\практика	45 мин	
Основы психологии клиента в продажах: Как мотивация, эмоции и потребности влияют на принятие решений.	Теория\практика	45 мин	
Типы клиентов и их поведение: Идентификация типов клиентов (рациональные, эмоциональные, импульсивные) и подходы к работе с ними.	Теория\практика	45 мин	
Управление конфликтными ситуациями с клиентами	Теория\практика	45 мин	
Кейсы управления клиентским опытом.	Практика	1	
Самостоятельная работа	-	19	
Тестирование	-	2	
Итого	-	49	

Модуль 5: Юридические и финансовые аспекты в управлении продажами

Документация директора продаж	Теория\практика	45 мин	
Юридические аспекты работы с клиентами: Защита прав потребителей и ответственность компании.	Теория\практика	45 мин	
Налогообложение в сфере продаж: Основные налоги и их влияние на финансовую стратегию компании.	Теория\практика	45 мин	
Финансовая модель продаж: Прогнозирование доходов и планирование бюджета.	Теория\практика	45 мин	
Управление денежными потоками в продажах: Построение системы контроля поступлений и выплат.	Теория\практика	45 мин	
Управление денежными потоками в продажах: Построение системы контроля поступлений и выплат.	Теория\практика	45 мин	
Трудоустройство и правовой статус	Теория\практика	45 мин	
Самозанятость и ИП: как платить налоги, создать счет и чек	Теория\практика	45 мин	
Самостоятельная работа	-	19	

Тестирование	-	2	
Итого	-	29	
Модуль 6. Духовные аспекты в продажах			
Этика в продажах: Принципы честности, прозрачности и уважения в отношениях с клиентами.	Теория\практика	45 мин	
Управление эмоциями через духовные принципы	Теория\практика	45 мин	
Целостный подход к клиенту: Учёт не только материальных, но и эмоциональных, духовных потребностей клиента.	Теория\практика	45 мин	
Важность соблюдения договоров	Теория\практика	45 мин	
Торговые отношения	Теория\практика	45 мин	
Торговые отношения	Теория\практика	45 мин	
Торговые отношения	Теория\практика	45 мин	
Торговые отношения	Теория\практика	45 мин	
Торговые отношения	Теория\практика	45 мин	
Торговые отношения	Теория\практика	45 мин	
Самостоятельная работа	-	19	
Тестирование	-	2	
Итого	-	31	
Практика		20	
Аттестация		10	

Всего		280	
--------------	--	------------	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Программа вариативна. Педагог может вносить изменения в содержания тем, дополнять практические занятия новыми приемами практического исполнения. ООО «МИЛКИ КОМПАНИ» ежегодно обновляет дополнительную общеобразовательную программу с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

Модуль 1. Стратегическое управление продажами

Формирование навыков разработки и реализации стратегий продаж, которые соответствуют целям компании и рыночным условиям. Участники учатся анализировать рынок, прогнозировать продажи, выстраивать долгосрочные планы и адаптироваться к изменениям внешней среды.

Модуль 2. Организация и управление отделом продаж

Развитие компетенций по построению эффективной структуры отдела продаж, найму, обучению и мотивации сотрудников. Упор делается на создание команды с высокой производительностью, оптимизацию процессов и внедрение современных инструментов управления.

Модуль 3. Эффективные технологии продаж

Изучение современных методик и инструментов для повышения конверсии и эффективности продаж. Участники осваивают техники работы с клиентами, включая холодные звонки, цифровые каналы продаж, автоматизацию и персонализацию взаимодействия.

Модуль 4. Сервисология и управление клиентским опытом

Формирование навыков создания положительного клиентского опыта и управления им. Участники учатся выстраивать долгосрочные отношения с клиентами, повышать их лояльность и работать с обратной связью для улучшения сервиса.

Модуль 5. Юридические и финансовые аспекты в управлении продажами

Понимание правовых и финансовых аспектов работы в сфере продаж. Участники изучают договорное право, налоговое планирование, управление дебиторской задолженностью и финансовые инструменты для минимизации рисков и повышения эффективности бизнеса.

Модуль 6. Духовные аспекты в продажах

Развитие осознанного подхода к продажам через понимание духовных ценностей, этики и внутренней мотивации. Участники учатся находить баланс между материальными целями и духовными принципами, что способствует созданию гармоничных отношений с клиентами и командой.

5. ОРГАНИЗАЦИОННО – ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

5.1 Методические рекомендации по освоению реализации программы профессионального обучения

При проведении занятия с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, в водной части следует обозначить правила работы и взаимодействия (объяснить слушателям технические особенности работы и правила обмена информацией. В процессе занятия педагогу необходимо четко давать инструкции выполнения заданий.

Мы разработали образовательную программу профессионального обучения так, чтобы обучение давалось легко без потери качества. И слушатели проходили курс до конца, не бросали на полпути из-за большого объема информации и сложных заданий. Могли совмещать обучение с работой или параллельным образованием.

Курс сжатый, но качественный. Педагоги отобрали для видео-лекций и вебинаров самую важную информацию, основываясь на профессиональных требованиях, личном трудовом опыте. Теоретические материалы изложены понятным языком, в концентрированном виде, без «воды» и лирических отступлений не по теме.

Образовательный процесс предусматривает следующие виды и формы учебных занятий: видео- лекции, практические занятия, выполнение входного, текущего контроля, промежуточной аттестации, квалификационного экзамена, видео консультации.

Групповые и индивидуальные консультации проходят при непосредственном общении педагога и слушателя в ходе обучения, видеоконференций и организуются исключительно в дистанционном режиме.

Онлайн-обучение не исключает домашних заданий и общения с педагогами, всё это также выполняется в системе. Каждая тема включает в себя практические (домашние) задания.

При реализации Программы в учебном процессе используются глобальные и локальные компьютерные сети для обеспечения доступа к информационным образовательным ресурсам и для управления учебным процессом независимо от местонахождения человека.

Виды занятий при организации дистанционного обучения:

- Онлайн - занятие (видео занятие в записи, вебинары и задания). Занятия являются асинхронными – в этом случае у слушателя есть возможность найти удобное для себя время, чтобы отработать материал программы обучения. Программа включает в себя теоретические и практические занятия.
- разработанные педагогом презентации с текстовым комментарием;
- online-занятие (прямые эфиры вопрос-ответ, online-консультация);
- фрагменты и материалы образовательных Интернет-ресурсов;
- чат-занятия (учебные занятия, осуществляемые с использованием чат-технологий, проводятся синхронно, то есть все участники имеют одновременный доступ к чату);
- адресные дистанционные консультации.

Видео уроки можно смотреть в любое время и выполнять задания.

Для работы в системе слушателю выделяется логин и пароль. Рабочее место слушателя должно быть оснащено компьютером с подключением к сети Интернет.

Также отличительной особенностью данной программы является подключение профессионалов при проведении занятий, которые могут более полно и доступно объяснить слушателям изучаемые темы, проводить практические занятия.

5.2 Кадровое обеспечение реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками, а также лицами, привлекаемыми ООО «МИЛКИ КОМПАНИ» к реализации программы на условиях гражданско- правового договора, которые имеют:

Педагоги. Требования к квалификации. Высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование по направлению подготовки «Образование и педагогика» или в области, соответствующей преподаваемому предмету, без предъявления требований к стажу работы.

Педагогические работники должны иметь среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена или высшее образование, направленность которого соответствует области профессиональной деятельности, осваиваемой слушателями.

5.3. Материально - технические база программы профессионального обучения

ООО «МИЛКИ КОМПАНИ» располагает материально-технической базой, обеспечивающей реализацию образовательной программы и соответствующей действующим санитарным правилам и нормам. Рабочее место слушателя должно быть оснащено компьютером с подключением к сети Интернет.

Услуга подключения к сети Интернет должна предоставляться в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю. Подключение к Интернет со скоростью не ниже 512 Кбит/с. Материально-техническая база для реализации программы включает следующие составляющие:

- Выделенный канал связи или отдельный Wi-Fi-канал;
- Для передачи звука рекомендовано использовать отдельные микрофоны с шумоподавлением (не рекомендуется использовать встроенные микрофоны камер);
- Систему дистанционного обучения, обеспечивающую формирование информационной образовательной среды (платформа GetCourse);
- В помещении, где проводится трансляция, должно быть соответствующее мероприятию освещение;
- Стол преподавателя - 1 шт.;
- Стул преподавателя - 1 шт.;
- Ноутбук Lenovo ThinkBook 15-III 205M000HIRU (Четырехядерный процессор Intel Core i5 – 1035G1 с частотой 1.0 ГГц – 3,6 ГГц, оперативная память DDR4 объемом 16384 Мб, SSD 512 Гб);

- Интерактивная доска Classic Solution Dual Touch V66;
- Web-камера Logitech WebCam C505e;
- Behringer C-1U Studio Condenser Microphone USB-микрофон;
- Звуковая система Dolby Audio;
- Наушники SVEN AP-930M;
- Операционная система Windows 10 Home;
- Антивирус: ESET Internet Securite;
- Microsoft Office 10;
- Интернет, локальные компьютерные сети, интернет-браузеры MS Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome.

5.4 Требования к материально-техническим условиям со стороны слушателя (потребителя образовательной услуги)

Рекомендуемая конфигурация компьютера:

- Разрешение экрана от 1280x1024;
- Pentium 4 или более новый процессор с поддержкой SSE2;
- 512 Мб оперативной памяти;
- 200 Мб свободного дискового пространства;
- Современный веб-браузер актуальной версии (Firefox 22, Google Chrome 27, Opera 15, Safari 5, Internet Explorer 8 или более новый);
- Плагин Adobe Flash Player.

Использование дистанционных образовательных технологий обеспечивается посредством доступа, слушателя к информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Подключение слушателя к информационно-телекоммуникационной сети Интернет обеспечивается им самостоятельно.

5.5 Методические материалы

ООО «МИЛКИ КОМПАНИ» обеспечено учебно-методической литературой и материалами по всем учебным темам программы.

1. Организационно-методические материалы;
2. Практическое обучение.

Использование интерактивных образовательных технологий способствует повышению интереса и мотивации слушателей, активизации мыслительной

деятельности и творческого потенциала, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение.

Оценочные средства

Анкета для проведения входного контроля

Целью "Входного контроля" является: изучение мотивации слушателя к занятиям данного курса, оценка уровня первичной теоретической и практической подготовки в выбранной области деятельности.

Входной контроль в данном случае осуществляется при помощи небольшого анкетирования. Переход к обучению пройдет автоматически, после ответов на все вопросы.

1. Каков Ваш возраст?
2. Имеете ли Вы опыт работы по данной специальности?
3. Где Вы нашли информацию о нашем курсе?
4. Известен ли Вам процессор WORD?
5. Работали ли Вы с документацией предприятия?
6. Вы имеете навыки работы с компьютером?
7. Вы умеете сглаживать конфликтные ситуации?
8. Вы умеете бегло читать?
9. Имеете ли Вы ограничения по здоровью?
10. Вы уже обучались на онлайн курсах?