


<p>МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</p>  <p><b>ГАПМ</b> ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ИМЕНИ Н.П. ПАСТУХОВА</p> <p><small>Лицензия Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки серия ААА № 002163 Сертификат ИСО/ИСО/ИСО/ИСО № 150 9001:2015 № 18R-0047</small></p>	<p>Дополнительная профессиональная программа</p>	
	<p>Версия 1</p>	<p>Дата 23.03.2021 Стр. 1/7</p>

**УТВЕРЖДАЮ**

**Ректор Академии Пастухова**


**Н.Н. Аниськина**

**2021 г.**



*Аниськина*

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**профессиональной переподготовки**  
**«Менеджер по продажам»**

 <p>МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</p> <p><b>ГАПМ</b> ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ИМЕНИ Н.П. ПАСТУХОВА</p> <p><small>Лицензия Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки серия ААА № 000190 Сертификат ИСО 9001:2015 № FR-0047</small></p>	Дополнительная профессиональная программа	
	Версия 1	Дата 23.03.2021 Стр. 2/7

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Менеджер по продажам» носит практико-ориентированный характер и нацелена на приобретение слушателем практических навыков в процессе обучения. Практические задания программы и задания для самостоятельной работы подразумевают пошаговое овладение базовыми навыками по профессии: актуальные технологии и инструменты продаж, проведение переговоров с клиентами, отработка их возражений. Практические кейсы, решенные в процессе обучения, позволят получить практический опыт использования полученных знаний и успешно пройти стажировку на предприятиях оптовой торговли и продажи услуг. Программа учитывает все новые тренды в данной области и отвечает актуальным запросам работодателей.

Приобретенные знания будут полезны, как начинающим менеджерам по продажам, так и уже имеющим начальный опыт работы, а также владельцам бизнеса, самостоятельно занимающимся продажами.

### 1.1. Цель реализации программы:

Формирование/совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в соответствии с трудовыми функциями менеджера по продажам.

Основная цель данного вида профессиональной деятельности: осуществление и координация продаж.

ПК 1. Способность формировать бизнес-процесс продажи и рассчитать плановые показатели;


ПК 2. Способность вести переговоры с клиентами: устанавливать контакт, презентовать продукт, работать с возражениями, закрывать сделку.

Программа разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 года № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 года № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

### 1.2. Планируемые результаты обучения:

В результате освоения дополнительной профессиональной программы слушатель **должен знать:**

<p>МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</p>  <p><b>ГАПМ</b> ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ИМЕНИ Н.П. ПАСТУХОВА</p> <p><small>Лицезител Федералнай службей по наделору к сфере образования и науки серия АСА № 022192 Сертификат ИСММ по ISO 9001:2015 № ИР-0547</small></p>	<p>Дополнительная профессиональная программа</p>	
	Версия 1	Дата 23.03.2021 Стр. 3/7


- основы психологии;
- методы установления контакта и формирования доверия;
- методы управления эмоциями;
- модели продаж и их особенности;
- этапы продажи;
- понятие воронки продаж и конверсии продаж;
- принципы сегментации базы клиентов;
- принципы планирования продаж, требования к планам;
- виды отчетности менеджера по продажам;
- основные типы CRM-систем и принцип их работы;
- основы тайм-менеджмента и самоорганизации;
- каналы лидогенерации;
- основы SMM;
- требования к организации мероприятий;
- методы повышения лояльности покупателей;
- методы и инструменты поиска информации;
- правила деловой переписки и делового общения;
- техники холодных звонков;
- правила подготовки и проведения презентаций;
- основы психологии конфликтов;
- техники ведения переговоров;
- техники отработки возражений.

**должен уметь:**

- искать новых клиентов в рамках существующих каналов сбыта;
- определять психологический тип клиента;
- выявлять потребности клиентов в процессе переговоров;
- вести деловую переписку и деловые переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- систематизировать информацию о клиентах;
- создавать простые воронки продаж, рассчитывать показатели конверсии;
- составлять и декомпозировать индивидуальный план продаж;
- применять систему управления взаимоотношениями с клиентами;
- планировать свое рабочее время;
- вести деловую переписку;
- готовить и проводить презентации.

**должен владеть:**

- навыком поиска информации в сети Интернет;
- навыком установления и поддержания контакта с клиентом;
- навыком выявления потребности клиента;
- навыком осуществления холодных звонков;
- навыком ведения переговоров и разрешения конфликтов;

 <p>МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</p> <p><b>ГАПМ</b> ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ИМЕНИ Н. П. ПАСТУХОВА</p> <p><small>Лицензия Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки серия ААА № 0221/03 Сертификат ISO № 150 2001:2010 № 1501-0577</small></p>	Дополнительная профессиональная программа	
	Версия 1	Дата 23.03.2021 Стр. 4/7

- навыком написания деловых писем и сообщений;
- навыком создания продающих презентаций;
- навыком отработки возражений.

**1.3. Категория слушателей и требования к уровню подготовки поступающего на обучение:**

лица, имеющие/получающие среднее профессиональное или высшее образование.

**1.4. Программа профессиональной переподготовки разработана на основе:**

профессионального стандарта 06.029 «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 29.09.2020 г. № 679н в части:

ТФ А/01.4, А/03.4, А/04.4, уровень квалификации 4, В/01.5, В/02.5, В/03.5, уровень квалификации 5.


**1.5. Форма обучения:**

очная, с применением дистанционных образовательных технологий.

**1.6. Трудоемкость программы - 256 академических часов.**

**1.7. Выдаваемый документ:**

Лица, успешно освоившие образовательную программу и, прошедшие итоговую аттестацию, получают *диплом о профессиональной переподготовке установленного образца с присвоением квалификации «менеджер по продажам».*

 <b>ГАПМ</b> ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ИМЕНИ Н.П. ПАСТУХОВА <small>Лицензия Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки серия ААА.ИВ.02/193 Сертификат IQNet no 1879 9001/2015 на 1879-0049</small>	Дополнительная профессиональная программа	
	Версия 1	Дата 23.03.2021 Стр. 5/7


## 2.СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный план

№	Наименование разделов	Все го, час.	Аудиторные занятия, в том числе		Дистанционные занятия, в том числе		Самостоятельная практическая/ проектная работа слушателя, час	Консультации	Формы аттестации
			теоретические	практические	теоретические	практические			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Раздел №1: «Психология продаж»	<b>24</b>	6	6	0	0	8	2	2
	1.1. Основы психологии (восприятие, коммуникации, типология, эмоции, система ценностей)	8	2	2			4		зачет
	1.2. Прикладная психология в продажах (настрой на продажу, установление контакта, формирование доверия, управление эмоциями)	14	4	4			4	2	
2.	Раздел №2: «Менеджмент продаж»	<b>40</b>	18	18	0	0	0	2	2
	2.1. Модели и этапы продаж (схема, цели, оценка результата)	6	4	2					зачет
	2.2. Воронка продаж, конверсия продаж, анализ базы клиентов, планирование и отчетность	8	4	4				2	
	2.3. Работа в CRM-системе	12	4	6					
	2.4. Планирование продаж	8	4	4					
	2.5. Тайм-менеджмент	4	2	2					
3.	Раздел №3: «Основы маркетинга»	<b>28</b>	10	14	0	0	0	2	2
	3.1. Система лидогенерации	4	2	2					зачет
	3.2. Основы SMM (маркетинг в социальных сетях)	6	2	4					
	3.3. Организация мероприятий (конференции, веби-	4	2	2					



№	Наименование разделов	Все го, час.	Аудиторные занятия, в том числе		Дистан- ционные занятия, в том числе		Самостоятельная практическая/ проектная работа слушателя, час	Консультации	Формы аттестации
			теоретические	практические	теоретические	практические			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	нары)								
	3.4. Программы лояльнос- сти	4	2	2					
	3.5. Методы и инструмен- ты поиска информации, конкурентная разведка	8	2	4				2	
4.	Раздел №4: «Деловая коммуникация»	<b>118</b>	22	54			36	4	2
	4.1. Основы делового об- щения и переписки, дело- производство	4	2	2					зачет
	4.2. Технология холодных звонков	26	4	10			6	2	
	4.3. Общение в чатах и мессенджерах	10	4	6			4		
	4.4. Основы копирайтинга	10	4	6			6		
	4.5. Навыки эффективного публичного выступления (подготовка презентаций, ораторское мастерство)	16	2	10			4		
	4.6. Психология конфлик- тов (принципы и приемы решения конфликтных си- туаций в продажах)	12	2	10			6		
	4.7. Проведение перегово- ров. Отработка возраже- ний	16	4	10			10	2	
5.	Практика (стажировка)	<b>42</b>		30			10		2 зачет
6.	Итоговая аттестация	<b>4</b>							4 эк- замен
<b>ИТОГО</b>		<b>256</b>	<b>56</b>	<b>122</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>10</b>	<b>14</b>

 <p>МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</p> <p><b>ГАПМ</b> ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ИМЕНИ Н.П. ПАСТУХОВА</p> <p><small>Лицензия Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки серия ААА № 0511193 Сертификат ISO 9001:2015 № ИР-0017</small></p>	Дополнительная профессиональная программа	
	Версия 1	Дата 23.03.2021 Стр. 7/7

## 2.2. Примерный календарный учебный график

№ п/п	Наименование разделов	Объем учебной нагрузки, час.	Период обучения											
			1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя	6 неделя	7 неделя	8 неделя	9 неделя	10 неделя		
1.	Раздел №1 «Психология продаж»	24	■											
2.	Раздел №2: «Менеджмент продаж»	40		■	■									
3.	Раздел №3: «Основы маркетинга»	28			■	■								
4.	Раздел №4: «Деловая коммуникация»	118				■	■	■	■	■	■			
5.	Практика (стажировка)	42										■	■	
6.	Итоговая аттестация	4												■

Учебный график может корректироваться в соответствии с запросом заказчика.