



УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
АНО ДПО «Сити Бизнес Скул»

Ю.В. Будишевская

Утверждено приказом 5/ОСН от 02.04.2020 г.

**Учебный план
общеобразовательной программы
«Продажи»**

Количество часов обучения: 108 ак. часов.

Срок обучения: 1 календарный месяц

№ п/п	Наименование модулей (курсов)	Всего часов, без аттестации	В том числе		Форма контроля
			Теоретических занятий	Практических занятий, семинаров	
1.1	Стратегия управления продажами	24	10	14	Тест
1.2.	Планирование и прогнозирование продаж в компании. Новые методики и стандарты	10	4	6	Тест
1.3	Управление отношениями с клиентами	12	6	6	Тест
1.4	E-commerce	18	8	10	Тест
1.5	Операционное управление отделом продаж	30	14	16	Тест
1.6	Потребительское поведение, отношения с клиентами	10	4	6	Тест
Итого часов		104	46	58	
Итоговая аттестация, в т.ч.			4 часа		
Итоговый экзамен по программе			4 часа		
Итого часов по программе			108		

СОДЕРЖАНИЕ

1. Стратегия управления продажами
 - Отдел продаж в компании
 - Отдел продаж в организационной структуре компании
 - Построение отдела продаж в компании
 - Сотрудники отдела продаж
 - Оценка эффективности организационной
2. Планирование и прогнозирование продаж в компании. Новые методики и стандарты
 - Планирование и прогнозирование продаж
 - Расширение региональной сети
 - Сеть торговых посредников
 - Филиалы, франчайзинг и международный рынок
3. Управление отношениями с клиентами
 - Лояльность и ее ценность для компании
 - Стадии развития отношений с клиентами на промышленных и потребительских рынках
 - Развитие клиента: дилерство, франчайзинг, кооперация
 - Удержание клиента (для потребительских рынков – управление NPS и CLV)
4. E-commerce
 - Создание e-commerce проекта
 - Электронная коммерция и продвижение
 - Виды электронной коммерции
5. Операционное управление отделом продаж
 - Функционал отдела продаж и ключевые задачи руководителя отдела продаж
 - Планирование и контроль работы отдела продаж
 - Персонал: как подобрать, ввести в должность, обучить и развивать
 - Мотивация и воздействие на менеджеров отдела продаж
6. Потребительское поведение, отношения с клиентами
 - Современный взгляд на поведение потребителей
 - Нейромаркетинг и нейробиология при покупке
 - Управление клиентским опытом
 - Прогнозирование поведения потребителя