

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ»

«Утверждаю»



Генеральный директор

 / Иванов А.И.

«26» апреля 2026г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Эффективные продажи»

Объем программы (трудоемкость): 20,11 академических часов

Срок освоения программы — 3 учебных недели

Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения)

г. Москва

2026 г.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Характеристика программы:

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Эффективные продажи» (далее – программа) является учебно-методическим нормативным документом, регламентирующим содержание, организационно-методические формы и трудоемкость обучения.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Эффективные продажи» разработана в соответствии с нормами Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с учетом требований приказа Минобрнауки России от 24 марта 2025 г. № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», профессионального стандарта "Маркетолог" (утвержденного приказом Министерства труда социальной защиты РФ от 8 ноября 2023 г. N 790н) и Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утв. приказом Министерства просвещения РФ от 21 июля 2023 г. N 552).

1.2. Категория обучающихся: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.3. Объем программы (трудоемкость): общая трудоемкость 20,11 академических часов.

1.4. Срок освоения программы — 3 учебных недели

1.5. Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

1.6. Документ, выдаваемый после завершения обучения: удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

2.1. Цель программы заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продаж товаров и услуг.

2.2. Задачи программы:

1. Формирование знаний в области теоретических основ маркетинга и продаж.

2. Формирование знаний в области классификации товаров и формирования цены.
3. Формирование знаний и навыков в области работы с покупателями.
4. Формирование знаний и навыков в области коммуникации и продаж по телефону.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

3.1. Программа направлена на совершенствование и приобретения новых компетенций для эффективной деятельности в сфере маркетинга и продаж товаров и услуг.

3.2. В планируемых результатах обучения отражается связь с требованиями соответствующего профессионального стандарта "Маркетолог" (утвержденного приказом Министерства труда социальной защиты РФ от 8 ноября 2023 г. N 790н) и Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утв. приказом Министерства просвещения РФ от 21 июля 2023 г. N 552).

3.3. Программа направлена на получение и совершенствование слушателями общих и профессиональных компетенций.

В результате освоения программы слушатели будут обладать *общими компетенциями* (ОК), включающими в себя способность:

ОК-1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК-2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК-3. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

В результате освоения программы слушатели будут обладать *профессиональными компетенциями* (ПК):

ПК-1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК-2. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК-3. Осуществлять продажи товаров и услуг.

3.4. Планируемым результатом обучения является освоение и совершенствование как теоретических знаний, так и практических умений и навыков

В результате освоения программы обучающиеся

будут знать:

- Основы маркетинга и организации продаж;

- Принципы и методы продаж товаров и услуг;
- Классификацию продаж и товаров;
- Принципы и подходы к ценообразованию;
- Особенности поведения покупателей и коммуникации с клиентами;
- Особенности проведения продаж по телефону;

будут уметь:

- Управлять продажами товаров и услуг;
- Разрабатывать меры по стимулированию каналов продаж;
- Осуществлять продажи товаров и услуг;
- Применять методы продаж товаров;
- Применять методы и принципы формирования цены на товары и услуги;
- Анализировать поведение покупателей;
- Осуществлять взаимодействие и коммуникации с покупателями;
- Осуществлять коммуникации при продажах по телефону;

владеть навыками:

- маркетинга и продаж товаров и услуг.

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН **дополнительной профессиональной программы** **повышения квалификации «Эффективные продажи».**

Цель обучения – заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продаж товаров и услуг.

Категория слушателей – лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Трудоемкость обучения: 20,11 академических часов.

Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут

Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ¹				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практическ иезанятия / Самостояте ль-ная работа	Контроль	
1	Модуль 1. Продажи	4,54	3,54		1,00	

¹ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

1.1	Тема 1.1. Введение в продажи, подготовка	0,93	0,93			
1.2	Тема 1.2. Сети связей, первый контакт	0,94	0,94			
1.3	Тема 1.3. Охотники и фермеры, классификация продаж, AIDA, AQSR, маркетинг сделок и взаимоотношений, поиск клиентов	1,67	1,67			
1.4	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирование
2	Модуль 2. Товары	2,87	1,87		1,00	
2.1	Тема 2.1. Классификация товаров, анализ, УДТ, ЖЦТ, цена товара, типы цен, ценообразование	1,87	1,87			
2.2	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирование
3	Модуль 3. Покупатели	8,03	7,03		1,00	
3.1	Тема 3.1. Поведение покупателей	1,53	1,53			
3.2	Тема 3.2. Невербальное общение, каналы восприятия, вопросы	1,51	1,51			
3.3	Тема 3.3. Работа с возражениями	1,78	1,78			
3.4	Тема 3.4. Переговоры о цене, завершения сделки, работа с жалобами	2,21	2,21			
3.5	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирование
4	Модуль 4. Продажи по телефону	3,67	2,67		1,00	
4.1	Тема 4.1. Навыки коммуникаций при продажах по телефону, этапы продажи	2,67	2,67			
4.2	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирование
5	Итоговая аттестация (зачет)	1,00			1,00	Тестирование
6	Итого	20,11	15,11		5,00	

5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

дополнительной профессиональной программы

повышения квалификации «Эффективные продажи»

Календарный график обучения является примерным, составляется и утверждается для каждой группы.

Срок освоения программы — 3 недели. Начало обучения — по мере набора группы.

Примерный режим занятий: 3-5 раз в неделю по 1-2 академических часа². Итоговая аттестация проводится согласно графику. Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 1. Продажи	4,54		
2.	Модуль 2. Товары	2,87		
3.	Модуль 3. Покупатели		7,03	1,00
4	Модуль 4. Продажи по телефону			3,67
5	Итоговая аттестация (зачет)			1,00
6	ВСЕГО	7,41	7,03	5,67

6. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ

6.1. Рабочая программа Модуля 1. Продажи.

Цель программы заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продаж товаров и услуг.

Задачи программы:

1. Формирование знаний в области теоретических основ маркетинга и продаж.
2. Формирование знаний в области классификации товаров и формирования цены.
3. Формирование знаний и навыков в области работы с покупателями.
4. Формирование знаний и навыков в области коммуникации и продаж по телефону.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся
будут знать:

² Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

- Основы маркетинга и организации продаж;
- Принципы и методы продаж товаров и услуг;
- Классификацию продаж и товаров;

будут уметь:

- Управлять продажами товаров и услуг;
- Разрабатывать меры по стимулированию каналов продаж;
- Осуществлять продажи товаров и услуг;
- Применять методы продаж товаров;

владеть навыками:

- маркетинга и продаж товаров и услуг.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ³				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практическ ие занятия / Самостояте ль-ная работа	Контроль	
1	Модуль 1. Продажи	4,54	3,54		1,00	
1.1	Тема 1.1. Введение в продажи, подготовка	0,93	0,93			
1.2	Тема 1.2. Сети связей, первый контакт	0,94	0,94			
1.3	Тема 1.3. Охотники и фермеры, классификация продаж, AIDA, AQSR, маркетинг сделок и взаимоотношений, поиск клиентов	1,67	1,67			
1.4	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирова ние
2	Итого	4,54	3,54		1,00	

Содержание

Вид занятий	Количес тво часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 1. Продажи		
Лекция	0,93	Тема 1.1. Введение в продажи, подготовка:

³ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
		Введение в продажи. Имидж продаж. Формы и типы продаж. Цикл продаж. Подготовка к продажам. Сети связей. Вхождение в контакт.
Лекция	0,94	Тема 1.2. Сети связей, первый контакт: Сети связей. Понятие. Важность. Сущность. Цели первого контакта. Начало беседы.
Лекция	1,67	Тема 1.3. Охотники и фермеры, классификация продаж, AIDA, AQSR, маркетинг сделок и взаимоотношений, поиск клиентов: Типы продавцов. Охотники и фермеры. Особенности. AIDA как метод продаж. AQSR для комплексных продаж. Стратегии. Маркетинг сделок и взаимоотношений. Поиск клиентов. Источники.
Промежуточная аттестация	1,00	Тестирование 1
Всего часов	4,54	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 1. Продажи	4,54		
2	ВСЕГО	4,54		

Организационно-педагогические условия реализации модуля.

Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции – дать систематизированные основы знаний по учебной теме, акцентируя внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию самостоятельного мышления.

Реализация модуля осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

При осуществлении дистанционного обучения слушателям выдаются логин и пароль для вхождения на образовательную платформу, с помощью которой необходимо будет реализовывать требования программы.

Материально-технически условия реализации модуля.

Материально-техническая база образовательной организации оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу.

Образовательная организация имеет необходимое серверное оборудование, обеспечивающее функционирование электронной информационно-образовательной среды, и высокоскоростной канал доступа к электронной информационно-образовательной среде.

Обучение проводится посредством электронной образовательной среды (платформы) <https://getcourse.ru/>

Трансляция вебинаров в режиме реального времени обеспечивается через интеграцию с платформой для создания и проведения видеоконференций «Сервис Pruffme».

Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

- для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.
- для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 10.0 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной платформе из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации обеспечивает:

- доступ к настоящей Программе, видеоурокам и дополнительным материалам;
- формирование электронного архива выполненных работ и тестов обучающегося, в том числе сохранение оценок и комментариев менторов по этим работам и тестам.

При реализации настоящей Программы с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения электронная информационно-образовательная среда образовательной организации дополнительно обеспечивает:

Фиксацию хода образовательного процесса, результатов выполнения домашних практических работ, выполнения тестов, предварительной аттестации и результатов освоения Программы:

- просмотр видеоуроков,

- процедуру оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением исключительно электронного обучения.

Взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети Интернет.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией лиц, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств образовательной организации обеспечивает освоение обучающимися программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, которое подлежит обновлению при необходимости.

Реализация настоящей Программы обеспечивается педагогическими работниками и/или лицами, привлекаемыми образовательной организацией к реализации Программы на их условиях.

Информационные и учебно-методические условия

Список литературы:

Основная литература:

1. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с.
2. Современный маркетинг: учебник / под ред. В. В. Герасименко. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. - 476 с.
3. Введение в контент-маркетинг. Теория и практика / С. Коноплицкий - «Издательские решения», 2016. - 51 с.
4. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-наАмуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 62 с.
5. Деревицкий А. Школа продаж. - СПб.: Питер, 2007. - 272 с.

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary - <https://elibrary.ru/>

6.2. Рабочая программа Модуля 2. Товары.

Цель программы заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и

совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продаж товаров и услуг.

Задачи программы:

1. Формирование знаний в области теоретических основ маркетинга и продаж.
2. Формирование знаний в области классификации товаров и формирования цены.
3. Формирование знаний и навыков в области работы с покупателями.
4. Формирование знаний и навыков в области коммуникации и продаж по телефону.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся
будут знать:

- Основы маркетинга и организации продаж;
- Классификацию продаж и товаров;
- Принципы и подходы к ценообразованию;

будут уметь:

- Управлять продажами товаров и услуг;
- Применять методы и принципы формирования цены на товары и услуги;

владеть навыками:

- маркетинга и продаж товаров и услуг.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ⁴				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практическ ие занятия / Самостояте ль-ная работа	Контроль	
1	Модуль 2. Товары	2,87	1,87		1,00	
1.1	Тема 2.1. Классификация товаров, анализ, УДТ, ЖЦТ, цена товара, типы цен, ценообразование	1,87	1,87			
1.2	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирова ние
2	Итого	2,87	1,87		1,00	

⁴ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 2. Товары		
Лекция	1,87	Тема 2.1. Классификация товаров, анализ, УДТ, ЖЦТ, цена товара, типы цен, ценообразование: Классификация товаров, номенклатура и ассортимент. Трехуровневый анализ. Уникальные достоинства товара, Жизненный цикл товара. Реакция на товары. Цена товара. Кривая спроса. Типы цен, ценообразование, подходы. 6С. Сегментирование.
Промежуточная аттестация	1,00	Тестирование 2
Всего часов	2,87	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 2. Товары	2,87		
2	ВСЕГО	2,87		

Организационно-педагогические условия реализации модуля.

Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции – дать систематизированные основы знаний по учебной теме, акцентировав внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию самостоятельного мышления.

Реализация модуля осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

При осуществлении дистанционного обучения слушателям выдаются логин и пароль для входа на образовательную платформу, с помощью которой необходимо будет реализовывать требования программы.

Материально-технически условия реализации модуля.

Материально-техническая база образовательной организации оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу.

Образовательная организация имеет необходимое серверное оборудование, обеспечивающее функционирование электронной информационно-образовательной среды, и высокоскоростной канал доступа к электронной информационно-образовательной среде.

Обучение проводится посредством электронной образовательной среды (платформы) <https://getcourse.ru/>

Трансляция вебинаров в режиме реального времени обеспечивается через интеграцию с платформой для создания и проведения видеоконференций «Сервис Pruffme».

Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

- для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.
- для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 10.0 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной платформе из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации обеспечивает:

- доступ к настоящей Программе, видеоурокам и дополнительным материалам;
- формирование электронного архива выполненных работ и тестов обучающегося, в том числе сохранение оценок и комментариев менторов по этим работам и тестам.

При реализации настоящей Программы с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения электронная информационно-образовательная среда образовательной организации дополнительно обеспечивает:

Фиксацию хода образовательного процесса, результатов выполнения домашних практических работ, выполнения тестов, предварительной аттестации и результатов освоения Программы:

- просмотр видеоуроков,
- процедуру оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением исключительно электронного обучения.

Взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети Интернет.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией лиц, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств образовательной организации обеспечивает освоение обучающимися программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, которое подлежит обновлению при необходимости.

Реализация настоящей Программы обеспечивается педагогическими работниками и/или лицами, привлекаемыми образовательной организацией к реализации Программы на их условиях.

Информационные и учебно-методические условия

Список литературы:

Основная литература:

1. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с.
2. Современный маркетинг: учебник / под ред. В. В. Герасименко. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. - 476 с.
3. Введение в контент-маркетинг. Теория и практика / С. Коноплицкий - «Издательские решения», 2016. - 51 с.
4. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-наАмуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 62 с.
5. Деревицкий А. Школа продаж. - СПб.: Питер, 2007. - 272 с.

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary - <https://elibrary.ru/>

6.3. Рабочая программа Модуля 3. Покупатели

Цель программы заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продаж товаров и услуг.

Задачи программы:

1. Формирование знаний в области теоретических основ маркетинга и продаж.

2. Формирование знаний в области классификации товаров и формирования цены.
3. Формирование знаний и навыков в области работы с покупателями.
4. Формирование знаний и навыков в области коммуникации и продаж по телефону.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся
будут знать:

- Основы маркетинга и организации продаж;
- Особенности поведения покупателей и коммуникации с клиентами;

будут уметь:

- Управлять продажами товаров и услуг;
- Анализировать поведение покупателей;
- Осуществлять взаимодействие и коммуникации с покупателями;

владеть навыками:

- маркетинга и продаж товаров и услуг.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ⁵				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практическ ие занятия / Самостояте ль-ная работа	Контроль	
1	Модуль 3. Покупатели	8,03	7,03		1,00	
1.1	Тема 3.1. Поведение покупателей	1,53	1,53			
1.2	Тема 3.2. Невербальное общение, каналы восприятия, вопросы	1,51	1,51			
1.3	Тема 3.3. Работа с возражениями	1,78	1,78			
1.4	Тема 3.4. Переговоры о цене, завершения сделки, работа с жалобами	2,21	2,21			
1.5	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирова ние
2	Итого	8,03	7,03		1,00	

⁵ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 3. Покупатели		
Лекция	1,53	Тема 3.1. Поведение покупателей: Различия в покупательском поведении. Изучение потребителей. Роли покупательской группы. Процесс принятия решения о покупке. Ситуации совершения покупок. Личностное влияние. Социальное влияние.
Лекция	1,51	Тема 3.2. Невербальное общение, каналы восприятия, вопросы: Айсберги общения. Невербальное общение. Каналы восприятия. Невербальные индикаторы. Контекст слушания. Активное слушание. Закрытые и открытые вопросы.
Лекция	1,78	Тема 3.3. Работа с возражениями: Польза возражений. Типы возражений. Как работать с возражениями. Правила. Формулировки ответов. Причины возражений. Сопротивление. Способы работы с возражениями.
Лекция	2,21	Тема 3.4. Переговоры о цене, завершения сделки, работа с жалобами: Начало переговоров. Уступки. Как вести переговоры. ВТW стратегия. Переговоры о цене. Завершение сделки. Методы. Ожидания. Послепродажная деятельность. Жалобы. Конфликты.
Промежуточная аттестация	1,00	Тестирование 3
Всего часов	8,03	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 3. Покупатели		7,03	1,00
2	ВСЕГО		7,03	1,00

Организационно-педагогические условия реализации модуля.

Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции – дать систематизированные основы знаний по учебной теме, акцентируя внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию самостоятельного мышления.

Реализация модуля осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

При осуществлении дистанционного обучения слушателям выдаются логин и пароль для входа на образовательную платформу, с помощью которой необходимо будет реализовывать требования программы.

Материально-технические условия реализации модуля.

Материально-техническая база образовательной организации оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу.

Образовательная организация имеет необходимое серверное оборудование, обеспечивающее функционирование электронной информационно-образовательной среды, и высокоскоростной канал доступа к электронной информационно-образовательной среде.

Обучение проводится посредством электронной образовательной среды (платформы) <https://getcourse.ru/>

Трансляция вебинаров в режиме реального времени обеспечивается через интеграцию с платформой для создания и проведения видеоконференций «Сервис Pruffme».

Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

- для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.
- для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 10.0 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной платформе из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации обеспечивает:

- доступ к настоящей Программе, видеоурокам и дополнительным материалам;
- формирование электронного архива выполненных работ и тестов обучающегося, в том числе сохранение оценок и комментариев менторов по этим работам и тестам.

При реализации настоящей Программы с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения электронная информационно-образовательная среда образовательной организации дополнительно обеспечивает:

Фиксацию хода образовательного процесса, результатов выполнения домашних практических работ, выполнения тестов, предварительной аттестации и результатов освоения Программы:

- просмотр видеоуроков,
- процедуру оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением исключительно электронного обучения.

Взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети Интернет.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией лиц, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств образовательной организации обеспечивает освоение обучающимися программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, которое подлежит обновлению при необходимости.

Реализация настоящей Программы обеспечивается педагогическими работниками и/или лицами, привлекаемыми образовательной организацией к реализации Программы на их условиях.

Информационные и учебно-методические условия

Список литературы:

Основная литература:

1. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с.
2. Современный маркетинг: учебник / под ред. В. В. Герасименко. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. - 476 с.

3. Введение в контент-маркетинг. Теория и практика / С. Коноплицкий - «Издательские решения», 2016. - 51 с.
4. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-наАмуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 62 с.
5. Деревницкий А. Школа продаж. - СПб.: Питер, 2007. - 272 с.

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary - <https://elibrary.ru/>

6.4. Рабочая программа Модуля 4. Продажи по телефону.

Цель программы заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продаж товаров и услуг.

Задачи программы:

1. Формирование знаний в области теоретических основ маркетинга и продаж.
2. Формирование знаний в области классификации товаров и формирования цены.
3. Формирование знаний и навыков в области работы с покупателями.
4. Формирование знаний и навыков в области коммуникации и продаж по телефону.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся *будут знать:*

- Основы маркетинга и организации продаж;
- Особенности поведения покупателей и коммуникации с клиентами;
- Особенности проведения продаж по телефону;

будут уметь:

- Анализировать поведение покупателей;
- Осуществлять взаимодействие и коммуникации с покупателями;
- Осуществлять коммуникации при продажах по телефону;

владеть навыками:

- маркетинга и продаж товаров и услуг.

Учебный план

		Трудоемкость, ак. ч.⁶	
--	--	---	--

⁶ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

№ п/п	Наименование компонентов программы	Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практическ ие занятия / Самостояте ль-ная работа	Контроль	Форма контроля
1	Модуль 4. Продажи по телефону	3,67	2,67		1,00	
1.1	Тема 4.1. Навыки коммуникаций при продажах по телефону, этапы продажи	2,67	2,67			
1.2	Промежуточная аттестация	1,00			1,00	Тестирова ние
2	Итого	3,67	2,67		1,00	

Содержание

Вид занятий	Количес т во часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 4. Продажи по телефону		
Лекция	2,67	Тема 4.1. Навыки коммуникаций при продажах по телефону, этапы продажи: Телефонные продажи. Недостатки. Контакты с клиентом. Преимущества. Ограничения. План задач. Структурирование клиентов. Правила продаж. Навыки коммуникации. Тактика телефонных продаж. Факторы. Этапы продаж по телефону. Типы закрытия.
Промежуточ ная аттестация	1,00	Тестирование 4
Всего часов	3,67	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 4. Продажи по телефону			3,67
2	ВСЕГО			3,67

Организационно-педагогические условия реализации модуля.

Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции – дать систематизированные основы знаний по учебной

теме, акцентируя внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию самостоятельного мышления.

Реализация модуля осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

При осуществлении дистанционного обучения слушателям выдаются логин и пароль для входа на образовательную платформу, с помощью которой необходимо будет реализовывать требования программы.

Материально-технические условия реализации модуля.

Материально-техническая база образовательной организации оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу.

Образовательная организация имеет необходимое серверное оборудование, обеспечивающее функционирование электронной информационно-образовательной среды, и высокоскоростной канал доступа к электронной информационно-образовательной среде.

Обучение проводится посредством электронной образовательной среды (платформы) <https://getcourse.ru/>

Трансляция вебинаров в режиме реального времени обеспечивается через интеграцию с платформой для создания и проведения видеоконференций «Сервис Pruffme».

Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

- для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.
- для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 10.0 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной платформе из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации обеспечивает:

- доступ к настоящей Программе, видеоурокам и дополнительным материалам;
- формирование электронного архива выполненных работ и тестов обучающегося, в том числе сохранение оценок и комментариев менторов по этим работам и тестам.

При реализации настоящей Программы с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения электронная информационно-образовательная среда образовательной организации дополнительно обеспечивает:

Фиксацию хода образовательного процесса, результатов выполнения домашних практических работ, выполнения тестов, предварительной аттестации и результатов освоения Программы:

- просмотр видеоуроков,
- процедуру оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением исключительно электронного обучения.

Взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети Интернет.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией лиц, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств образовательной организации обеспечивает освоение обучающимися программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, которое подлежит обновлению при необходимости.

Реализация настоящей Программы обеспечивается педагогическими работниками и/или лицами, привлекаемыми образовательной организацией к реализации Программы на их условиях.

Информационные и учебно-методические условия

Список литературы:

Основная литература:

1. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с.
2. Современный маркетинг: учебник / под ред. В. В. Герасименко. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. - 476 с.
3. Введение в контент-маркетинг. Теория и практика / С. Коноплицкий - «Издательские решения», 2016. - 51 с.

4. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-на Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 62 с.
5. Деревицкий А. Школа продаж. - СПб.: Питер, 2007. - 272 с.

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary - <https://elibrary.ru/>

7. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы аттестации

Программой предусмотрена текущая, промежуточная и итоговая аттестация слушателей.

Для проведения итоговой аттестации разработан фонд оценочных средств, являющийся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса.

Объектами оценивания выступают:

- степень освоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы.

Текущий контроль знаний обучающихся проводится преподавателем, ведущим занятия в учебной группе, на протяжении всего обучения по программе.

Текущий контроль знаний включает в себя наблюдение преподавателя за учебной работой обучающихся и проверку качества знаний, умений и навыков, которыми они овладели на определенном этапе обучения в формах, установленных преподавателем.

Промежуточная аттестация — оценка качества усвоения обучающимися содержания учебных модулей непосредственно по завершении их освоения, проводимая в форме зачета посредством тестирования или в иных формах в соответствии с учебным планом.

Промежуточная аттестация проводится по результатам освоения следующих модулей программы:

- Модуль 1. Продажи
- Модуль 2. Товары
- Модуль 3. Покупатели
- Модуль 4. Продажи по телефону

Прошедшим промежуточную аттестацию выставляется оценка «зачтено» по каждому модулю программы. Оценка «зачтено» ставится при прохождении теста и получении 80% и более правильных ответов.

Итоговая аттестация — процедура, проводимая с целью установления уровня знаний обучающихся с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения программы.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения разделов и тем программы в объеме, предусмотренном учебным планом.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей образовательной программы созданы фонды оценочных средств, включающие методы контроля, позволяющие оценить знания и умения.

Обучающимся, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдаются удостоверения о повышении квалификации установленного образца.

При освоении программы параллельно с получением среднего профессионального или высшего образования удостоверения о повышении квалификации выдаются одновременно с получением соответствующего документа об образовании.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, устанавливаемому организацией.

8. ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Обучающиеся допускаются к итоговой аттестации после изучения разделов и тем программы в объеме, предусмотренном учебным планом программы.

Оценка качества освоения учебной программы проводится в процессе итоговой аттестации в форме зачета посредством тестирования.

Оценка итогового тестирования:

Оценка	Критерии оценки
Зачтено	Оценка «Зачтено» выставляется слушателю, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу использует его, не допуская существенных неточностей в ответе на тестовые вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов. Не менее 80% правильных ответов при решении итогового теста.
Не зачтено	Оценка «Не зачтено» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно. Менее 80% правильных ответов при решении итогового теста.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаётся удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, устанавливаемому организацией.

9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Промежуточная аттестация

Тестирование 1

1. Что такое AIDA в контексте продаж?
 - а) Уровень доверия клиентов
 - б) Этапы воздействия на клиента через внимание, интерес, желание и действие
 - в) Стратегия обработки возражений
 - г) Типы каналов продаж
2. Какая роль у «охотников» в процессе продаж?
 - а) Поддержание отношений с существующими клиентами
 - б) Поиск новых клиентов и заключение сделок
 - в) Анализ sprzedaży
 - г) Оценка конкурентов
3. Что представляет собой AQSR?
 - а) Метрика для оценки качества сервиса
 - б) Алгоритм генерации лидов
 - в) Модель поведения покупателей
 - г) Метод определения ценовой стратегии
4. Какой из следующих этапов является первым в модели AIDA?
 - а) Интерес
 - б) Действие
 - в) Внимание
 - г) Желание
5. Какой тип продаж сосредоточен на создании долгосрочных отношений с клиентами?
 - а) Охотники
 - б) Фермеры
 - в) Инновационные
 - г) Оперативные

Тестирование 2

1. Что обозначает аббревиатура УДТ в контексте товарного предложения?
 - а) Условие доставки товара
 - б) Упаковка для доставки товара
 - в) Услуги для поставки товаров
 - г) Уникальное торговое предложение
2. Какой из следующих факторов не является частью жизненного цикла товара (ЖЦТ)?
 - а) Внедрение
 - б) Растущий
 - в) Затухающий
 - г) Снижение производства
3. Какую роль играет цена товара на рынке?
 - а) Определяет стиль упаковки
 - б) Влияет на восприятие качества и ценности
 - в) Является единственным фактором успеха
 - г) Не имеет влияния на продажи
4. Какой из типов ценообразования учитывает уровень конкуренции на рынке?
 - а) Ценообразование на основе затрат
 - б) Ценообразование на основе конкурентных цен
 - в) Ценообразование на основе ценности
 - г) Ценообразование поэтапное
5. Что из перечисленного влияет на изменение цены товара?
 - а) Только сезонность
 - б) Предложение и спрос
 - в) Код товара
 - г) Географическое расположение

Тестирование 3

1. Какое из следующих утверждений верно описывает невербальное общение?
 - а) Осуществляется только через письменный текст
 - б) Включает в себя жесты, мимику и тон голоса
 - в) Применяется только в письменной форме
 - г) Не влияет на восприятие сообщения
2. Какой из каналов восприятия наиболее эффективен для большинства людей при восприятии информации?
 - а) Визуальный
 - б) Аудиальный
 - в) Тактильный
 - г) Осязательный

3. Какой подход наиболее подходит для работы с возражениями клиентов?
 - а) Игнорирование вопросов клиента
 - б) Убедительная аргументация
 - в) Упрощение проблемы
 - г) Устная переписка
4. Какова основная цель переговоров о цене?
 - а) Достичь выгодной цены для обеих сторон
 - б) Убедить клиента в высокой стоимости продукта
 - в) Завершить сделку как можно быстрее
 - г) Игнорировать требования клиентов
5. Какое из следующих действий является финальным этапом в процессе принятия решения о покупке?
 - а) Сравнение товаров
 - б) Оценка альтернатив
 - в) Завершение сделки
 - г) Подача жалобы на продукт

Тестирование 4

1. Какой из следующих элементов является наиболее важным на этапе приветствия в телефонных продажах?
 - а) Прямое обращение к продукту
 - б) Тон и манера общения
 - в) Обсуждение цен
 - г) Упоминание конкурентов
2. Какой метод используется для выявления потребностей клиента по телефону?
 - а) Монотонное изложение информации
 - б) Активное слушание и открытые вопросы
 - в) Предоставление готовых решений
 - г) Обсуждение личной жизни клиента
3. На каком этапе телефонных продаж происходит работа с возражениями клиента?
 - а) При приветствии
 - б) Во время завершения сделки
 - в) После презентации продукта
 - г) На этапе исследования рынка
4. Какой из следующих подходов лучше всего подходит для завершения продажи по телефону?
 - а) Упоминание рекламных акций
 - б) Подтверждение интереса клиента и предложение заключить сделку
 - в) Не обсуждение конечного решения
 - г) Переход на тему других продуктов

5. Какой из следующих факторов наибольшее влияние оказывает на успешное общение в телефонных продажах?
- а) Использование технического жаргона
 - б) Умение поддерживать личный контакт
 - в) Четкое и понятное изложение информации
 - г) Постоянное обучение продуктах конкурентов

Итоговая аттестация

1. Что такое активные продажи?
- а) Продажи без взаимодействия с клиентами
 - б) Процесс, в котором продавцы активно ищут и контактируют с потенциальными клиентами
 - с) Продажи через интернет-магазин
2. Какова основная цель активных продаж?
- а) Создание хороших отношений с клиентами
 - б) Увеличение объемов продаж и рост прибыли
 - с) Заполнение отчётности
3. Какая из следующих техник часто используется в активных продажах?
- а) Рекламная рассылка
 - б) Холодные звонки
 - с) Создание аккаунтов в социальных сетях
4. К чему ведёт игнорирование потребностей клиента в процессе продаж?
- а) К успешным сделкам
 - б) К недовольству клиента и снижению продаж
 - с) К увеличению прибыли
5. Какую роль играют вопросы в процессе продаж?
- а) Они отвлекают продавца от сути
 - б) Позволяют узнать потребности клиента и выявить их интересы
 - с) Не имеют значения
6. Что такое «площадка для продажи»?
- а) Место, где производится товар
 - б) Каждый контакт с клиентом, который может привести к продаже
 - с) Рекламный бюджет, выделенный для маркетинга
7. Какова важность выявления возражений клиента?
- а) Чтобы игнорировать их
 - б) Чтобы понять препятствия и помочь клиенту принять решение
 - с) Чтобы отвлечь клиента от покупки
8. Что такое «ценностное предложение»?

- a) Обещание продавца о скидке
 - b) Описание уникальных преимуществ продукта для клиента
 - c) Любая информация о товаре
9. Какую технику можно использовать для завершения сделки?
- a) Обсуждение новых продуктов
 - b) Принуждение клиента
 - c) Вопрос о том, когда клиент сможет сделать покупку
10. Почему важно поддерживать контакт с клиентами после продажи?
- a) Чтобы навязывать им новые продукты
 - b) Чтобы создать длинные очереди на обслуживание
 - c) Чтобы построить доверительные отношения и получить повторные продажи
11. Как можно установить рапорт с клиентом?
- a) Используя общие интересы и создавая комфортную атмосферу
 - b) Подробно рассказывая о своём опыте
 - c) Игнорируя личные вопросы клиента
12. Как часто нужно проводить анализ результатов продаж?
- a) Никогда
 - b) Регулярно для выявления успешных стратегий и корректировки подходов
 - c) Только при наличии проблем с объемами продаж
13. Что обычно включает в себя этап «презентации продукта» в активных продажах?
- a) Просто описание товара
 - b) Демонстрацию выгод и решения проблем клиента с помощью продукта
 - c) Указание на цену товара
14. Как важно уметь работать с разными типами клиентов?
- a) Это не имеет значения
 - b) Очень важно, так как каждому клиенту нужен индивидуальный подход
 - c) Все клиенты одинаковы
15. Какой из следующих методов является эффективным для формирования доверия во время продажи?
- a) Убеждение клиента в том, что ваш продукт лучший без доказательств
 - b) Демонстрация экспертности и использование примеров из практики
 - c) Избежание разговоров о цене

10. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции – дать систематизированные основы знаний по учебной теме, акцентировав внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция

должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию самостоятельного мышления.

Реализация модуля осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

При осуществлении дистанционного обучения слушателям выдаются логин и пароль для входа на образовательную платформу, с помощью которой необходимо будет реализовывать требования программы.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Материально-техническая база образовательной организации оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу.

Образовательная организация имеет необходимое серверное оборудование, обеспечивающее функционирование электронной информационно-образовательной среды, и высокоскоростной канал доступа к электронной информационно-образовательной среде.

Обучение проводится посредством электронной образовательной среды (платформы) <https://getcourse.ru/>

Трансляция вебинаров в режиме реального времени обеспечивается через интеграцию с платформой для создания и проведения видеоконференций «Сервис Pruffme».

Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

- для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.
- для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 10.0 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной платформе из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации обеспечивает:

- доступ к настоящей Программе, видеоурокам и дополнительным материалам;

- формирование электронного архива выполненных работ и тестов обучающегося, в том числе сохранение оценок и комментариев менторов по этим работам и тестам.

При реализации настоящей Программы с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения электронная информационно-образовательная среда образовательной организации дополнительно обеспечивает:

Фиксацию хода образовательного процесса, результатов выполнения домашних практических работ, выполнения тестов, предварительной аттестации и результатов освоения Программы:

- просмотр видеоуроков,
- процедуру оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением исключительно электронного обучения.

Взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети Интернет.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией лиц, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств образовательной организации обеспечивает освоение обучающимися программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, которое подлежит обновлению при необходимости.

Реализация настоящей Программы обеспечивается педагогическими работниками и/или лицами, привлекаемыми образовательной организацией к реализации Программы на их условиях.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Образовательная деятельность обучающихся по программе может быть организована в форме таких видов учебных занятий как: лекции (видеоуроки), практические и семинарские занятия, лабораторные работы, деловые игры, ролевые игры, тренинги, консультации, выполнение аттестационной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом образовательной программы.

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Организация учебного процесса по программе регламентируется расписанием занятий и настоящей дополнительной профессиональной программой.

Слушатели имеют право на зачет результатов освоения ими учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, дополнительных образовательных

программ, подтверждаемых документами об образовании и (или) о квалификации либо документами об обучении, в том числе полученными в иностранном государстве, при условии соответствия содержания этих учебных предметов, дисциплин (модулей) целям реализации данной программы и ожидаемым результатам обучения.

Педагоги при реализации программы имеют право на свободу выбора и использования педагогически обоснованных форм, методов и средств обучения и воспитания.

13. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Список литературы:

Основная литература:

1. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с.
2. Современный маркетинг: учебник / под ред. В. В. Герасименко. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. - 476 с.
3. Введение в контент-маркетинг. Теория и практика / С. Коноплицкий - «Издательские решения», 2016. - 51 с.
4. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-наАмуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. – 62 с.
5. Деревицкий А. Школа продаж. - СПб.: Питер, 2007. - 272 с.

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary - <https://elibrary.ru/>