

**ЧОУ ДО «ЕВРОПЕЙСКАЯ ШКОЛА КОРРЕСПОНДЕНТСКОГО
ОБУЧЕНИЯ»**

Утверждена

приказом директора ЧОУ ДО «ЕШКО»
от 28 декабря 2021 г. № 51

Принята

решением УМС ЧОУ ДО «ЕШКО»
Протокол № 14 от 21 декабря 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

курса

«Искусство эффективных продаж»*

**Набор обучающихся на курс и реализация программы для продолжающих обучение осуществляется в соответствии с приказом директора ЧОУ ДО ЕШКО №35 от 30.06.17г.*

Курс разработан
Европейской школой корреспондентского обучения.

Белгород, 2022

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Цели образовательного процесса

Программа заочного курса «Искусство эффективных продаж» является дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программой, реализуемой с целью удовлетворения индивидуальных образовательных потребностей и интересов граждан в получении необходимых теоретических знаний и навыков в сфере реализации товаров и услуг для:

- развития интеллектуального потенциала личности;
- профессионального самоопределения и формирования мотивации к трудовой деятельности по профессиям, востребованным на рынке труда;
- планирования карьеры и профессионального роста;
- повышения уровня самореализации и конкурентоспособности в бизнес-среде.

1.2. Рекомендуемый возрастной и образовательный уровень

Курс ориентирован на взрослых, имеющих образование не ниже среднего общего.

1.3. Форма обучения на курсе: заочная.

1.4. Язык, на котором осуществляется обучение: русский

1.5. Дистанционные образовательные технологии, используемые для организации учебного процесса:

- кейс-технология (обучающимся предоставляются комплекты учебно-методических материалов для самостоятельного изучения);
- интернет-технологии (обучающимся предоставляется возможность выполнения и получения проверенных домашних работ через Интернет для осуществления текущего контроля знаний и контактов с преподавателем, а также возможность доступа к дополнительным образовательным услугам и ресурсам ЕШКО в электронной среде).

1.6. Способ доставки учебных и методических материалов:

- корреспондентский (рассылка почтой): учебные журналы с бланками домашних работ, итоговый экзаменационный тест и т.д.;
- через Интернет (пробный урок, программа курса, домашние работы и т.д.).

1.7. Нормативный срок освоения программы курса с учетом прохождения итоговой аттестации (сдачи письменного заочного итогового экзамена):

- 17 месяцев в нормальном темпе обучения (освоение одного учебного журнала в месяц);
- 10 месяцев в ускоренном темпе обучения (освоение двух учебных журналов в месяц);
- 7 месяцев в ускоренном темпе обучения (освоение трех учебных журналов в месяц).

1.8. Общий объем учебной работы: 244 часа. Включает изучение учебных материалов курса, выполнение практических заданий и домашних работ (240 часов) + выполнение заданий письменного заочного итогового экзаменационного теста (нормативное время – 4 часа).

1.9. Рекомендуемое время изучения одного тематического блока (1 учебного журнала-модуля, содержащего 2 урока): 16 часов в месяц / 4 часа в неделю / не менее 30 минут в день.

1.10. Учебно-методическое обеспечение в рамках программного комплекта материалов курса:

– *Пробный урок* дает представление о системе обучения на курсе, методе подачи материала, содержании курса. Включает советы и рекомендации по организации эффективной работы над учебным материалом, фрагменты уроков курса, упражнения, образец выполнения домашнего задания. Предлагается в электронной версии, размещенной на сайте ЕШКО.

– *Учебные журналы-модули (общее количество учебных журналов – 15 / уроков – 30)* содержат теоретический материал, практические упражнения, методические рекомендации, *домашние работы на бланках-вкладышах (общее количество домашних работ – 30)*. Учебный журнал с уроками 1-2 включает *программу курса (содержание)*.

– *Письмо старшего преподавателя*, включающее методические рекомендации и разъяснения, касающиеся основных этапов организации учебного процесса. Предоставляется с уроками 1-2.

– *Итоговый экзаменационный тест* построен на материале всего курса, включает теоретическую и практическую части и при успешном прохождении дает право на получение Свидетельства ЕШКО. Предоставляется с учебными материалами последнего урока.

1.11. Дополнительное учебно-методическое обеспечение

Обучающимся предоставляется возможность доступа к вебинарам/архиву видеозаписей, Skype-консультациям и иным дополнительным образовательным услугам и ресурсам ЕШКО, предлагаемым к использованию посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

1.12. Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате изучения программного материала курса обучающийся должен:

– получить представление о факторах, определяющих процесс продажи, особенностях маркетинговой стратегии торговой компании, целях и средствах политики сбыта предприятия, бюджетировании и прогнозировании, направлениях деятельности менеджера по продажам для успешного решения вопросов продвижения товаров к потребителю, мотивации и личностных качествах, необходимых продавцу для достижения позитивных результатов в работе;

– знать определения ключевых понятий и терминов, техники и приемы эффективной продажи, порядок стратегического и тактического планирования продаж, внутреннюю структуру аргументации и пути ее применения, мотивы действий клиента в процессе приобретения товара, обязанности продавца и менеджера по продажам, правила ведения переговоров; основные направления рекламной деятельности предприятия торговли;

– уметь осуществлять стратегическое и тактическое планирование, проводить исследования рынка с целью определения ценовой политики предприятия, применять средства по-

литики сбыта предприятия в процессе продажи для создания хороших отношений с покупателями, создавать хороший имидж для своего товара и компании при общении с клиентом, поддерживать долговременное сотрудничество с покупателем, вести поиск новых клиентов и увеличивать количество заказов от старых, достигать запланированного объема продаж и составлять отчеты о продажах, подготавливать и проводить презентации, осуществлять анализ информации о предпочтениях клиентов для создания стандартов заботы о клиенте, понимать мотивы профессионального покупателя и потребителя, эффективно строить аргументацию и предупреждать возражения, совершенствовать личностные качества для достижения позитивных результатов в профессиональной деятельности.

1.13. Форма и способ организации текущего контроля успеваемости

Качество усвоения учебного материала контролируется преподавателем поурочно путем проверки домашних работ, выполненных обучающимся. Домашние работы предоставляются на проверку по почте на печатных бланках или через Интернет. Оцениваются по пятибалльной шкале. Общее количество домашних работ, предусмотренных программой курса – 30.

1.14. Промежуточная аттестация

Проводится по результатам выполнения всех домашних работ, предусмотренных программой курса, по критерию «аттестован»/«неаттестован». Обучающийся считается аттестованным, если минимальное значение среднего балла по результатам выполнения всех домашних работ курса, предусмотренных программой, соответствует оценке 3 (удовлетворительно). Допуск к сдаче письменного заочного экзамена осуществляется на основании положительного результата промежуточной аттестации.

1.15. Форма итоговой аттестации

Обучение на курсе завершается обязательной итоговой аттестацией в форме письменного заочного экзамена (тестирования). Сдача итогового экзамена входит в нормативный срок освоения программы курса, выбранный обучающимся с учетом темпа обучения. Срок прохождения итоговой аттестации составляет не более 2-х месяцев.

Задания письменного заочного итогового экзамена предоставляются обучающемуся в виде итогового экзаменационного теста, охватывающего программу всего курса и включающего 2 части (теоретическую и практическую). По результатам выполнения теоретической и практической частей экзаменационного теста выставляется общая итоговая оценка.

Выпускникам, имеющим положительный результат итоговой аттестации, выдается Свидетельство ЕШКО, подтверждающее обучение на курсе, его окончание и успешную сдачу письменного заочного итогового экзамена с указанием полученной оценки и общего количества учебных часов.

2. УЧЕБНО – ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Наименование темы	Количество		Объем самостоятельной работы в часах	
		уроков	дом. работ	теоретическая часть	практическая часть
1	Что такое искусство эффективно продавать?	1 (ур.1)	1	7	9
2	Продавец и его роль в политике сбыта предприятия	1 (ур.2)	1		
3	Усиление мотивации и работа над позитивным настроем	1 (ур.3)	1	7	9
4	Факторы в процессе продажи	1 (ур.4)	1		
5	Ключевые шаги продажи	1 (ур.5)	1	7	9
6	Мотивы действий клиента в процессе продажи	1 (ур.6)	1		
7	Удачная презентация	1 (ур.7)	1	7	9
8	Управление отделом продаж	1 (ур.8)	1		
9	Как убедить клиента	1 (ур.9)	1	7	9
10	Планирование продаж	1 (ур.10)	1		
11	Опровержение возражений клиента	1 (ур.11)	1	7	9
12	Выбираем тактику продажи	1 (ур.12)	1		
13	Общение с покупателями	1 (ур.13)	1	6	10
14	Стратегическая цель	1 (ур.14)	1		
15	Эффективный телефонный контакт	1 (ур.15)	1	6	10

16	Бюджет отдела продаж	1 (ур.16)	1		
17	Планирование и структура переговоров	1 (ур.17)	1	6	10
18	Прогнозирование продаж	1 (ур.18)	1		
19	Выставки, ярмарки, торговые шоу	1 (ур.19)	1	6	10
20	Обучение продавцов	1 (ур.20)	1		
21	Завершение продажи	1 (ур.21)	1	6	10
22	Набор персонала в отдел продаж	1 (ур.22)	1		
23	Рекламная деятельность компании	1 (ур.23)	1	6	10
24	Контроль отдела сбыта. Оценка деятельности отдела продаж и продавцов	1 (ур.24)	1		
25	Специфические продажи. Помощь прямого маркетинга	1 (ур.25)	1	6	10
26	Учет и управление продажами	1 (ур.26)	1		
27	Каналы дистрибьюции. Исследование вопросов распределения	1 (ур.27)	1	6	10
28	Продажи при помощи информационных технологий	1 (ур.28)	1		
29	Законодательные и этические вопросы в процессе продаж	1 (ур.29)	1	6	10
30	Продажи на мировом рынке	1 (ур.30)	1		
Итого:		30	30	96	144
Выполнение заданий письменного заочного итогового экзаменационного теста				4	
				ИТОГО: 244	

3. УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

3.1. График предоставления учебных материалов по выбору обучающегося:

- поэтапное (помесячное) получение учебных материалов в соответствии с выбранным темпом обучения;
- единовременное получение полного комплекта учебных материалов курса.

3.2. Продолжительность обучения на курсе с учетом темпа обучения и срока прохождения итоговой аттестации:

- 17 месяцев – при нормальном темпе обучения (*освоение одного учебного журнала в месяц - 1/1*)

Месяц обучения	Кол-во учебных журналов	№№ уроков	Объем учебной работы в часах
1 месяц	1	уроки 1-2	16
2 месяц	1	уроки 3-4	16
3 месяц	1	уроки 5-6	16
4 месяц	1	уроки 7-8	16
5 месяц	1	уроки 9-10	16
6 месяц	1	уроки 11-12	16
7 месяц	1	уроки 13-14	16
8 месяц	1	уроки 15-16	16
9 месяц	1	уроки 17-18	16
10 месяц	1	уроки 19-20	16
11 месяц	1	уроки 21-22	16
12 месяц	1	уроки 23-24	16
13 месяц	1	уроки 25-26	16
14 месяц	1	уроки 27-28	16
15 месяц	1 + экзаменационный тест	уроки 29-30	16
16 месяц 17 месяц	итоговая аттестация		4
ИТОГО:	15	30	244

■ 10 месяцев – при ускоренном темпе обучения (*освоение двух учебных журналов в месяц - 2/1*)

Месяц обучения	Кол-во учебных журналов	№№ уроков	Объем учебной работы в часах
1 месяц	2	уроки 1-4	32
2 месяц	2	уроки 5-8	32
3 месяц	2	уроки 9-12	32
4 месяц	2	уроки 13-16	32
5 месяц	2	уроки 17-20	32
6 месяц	2	уроки 21-24	32
7 месяц	2	уроки 25-28	32
8 месяц	1 +экзаменационный тест	уроки 29-30	16
9 месяц 10 месяц	итоговая аттестация		4
ИТОГО:	15	30	244

■ 7 месяцев – при ускоренном темпе обучения (*освоение трех учебных журналов в месяц - 3/1*)

Месяц обучения	Кол-во учебных журналов	№№ уроков	Объем учебной работы в часах
1 месяц	3	уроки 1-6	48
2 месяц	3	уроки 7-12	48
3 месяц	3	уроки 13-18	48
4 месяц	3	уроки 19-24	48
5 месяц	3 +экзаменационный тест	уроки 25-30	48
6 месяц 7 месяц	итоговая аттестация		4
ИТОГО:	15	30	244

4. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

4.1. Что такое искусство эффективно продавать?

Что такое эффективная продажа. Основы эффективной продажи. Достижение позитивных результатов в профессиональной деятельности. Среда работы продавца и менеджера по продажам.

Домашняя работа.

4.2. Продавец и его роль в политике сбыта предприятия

Предприятие и его политика в области сбыта. Цели продаж. Средства политики сбыта: маркетинг, реклама, цена, товар, стимулирование продаж, торговый персонал, дистрибуция. Задания, стоящие перед продавцом и менеджером по продажам.

Домашняя работа.

4.3. Усиление мотивации и работа над позитивным настроем

Мотивация – движущая сила проявления инициативы. Методы мотивации в сфере продаж. Психологические аспекты мотивации. Модели мотивации. Мотивация на встречах по продажам. Позитивное мышление в работе продавца.

Домашняя работа.

4.4. Факторы в процессе продажи

Продажа и маркетинг. Маркетинговая стратегия предприятия. Взаимодействие продавца и покупателя. Воздействие на потенциального покупателя в процессе продажи.

Домашняя работа.

4.5. Ключевые шаги продажи

Этапы продажи. Постановка целей и подготовка к продаже. Организация встречи. Эффективное представление товара. Ответы на возражения. Завершение продажи. Личное взаимодействие с покупателем после продажи. Техники на каждом этапе продажи. Компоненты общения в продаже. Отчеты о продажах.

Домашняя работа.

4.6. Мотивы действий клиента в процессе продажи

Причины действий клиента в процессе продажи. Процесс решения о покупке и опыт клиента как покупателя. Влияние продавца на отношение к товару. Умение слушать клиента.

Домашняя работа.

4.7. Удачная презентация

Подготовка к презентации. Содержание и форма презентации. Структура и временные рамки презентации. Аудитория. Искусство публичного выступления. Использование технических средств на презентации.

Домашняя работа.

4.8. Управление отделом продаж

Методы управления силами продаж. Многоаспектная роль менеджера по продажам. Организация и мотивация команды продавцов. Контроль продаж. Управление продажами и забота о клиентах. Компенсации и затраты. *Домашняя работа.*

4.9. Как убедить клиента

Аргументация и ее основы. Интересы и перспектива. Выгодная цена и сервис. Внутренняя структура аргументации. Подготовка, выбор и преподнесение аргументов. Адекватное отношение к контраргументам. *Домашняя работа.*

4.10. Планирование продаж

Стратегическое планирование. Тактическое планирование. Планирование расширения ассортимента и нововведения. Планирование объема продаж и прибыли. Методы планирования. *Домашняя работа.*

4.11. Опровержение возражений клиента

Причины возражений. Типы возражений и их преодоление. Этапы опровержения возражений. Предупреждение возражений и подготовка опровержений. *Домашняя работа.*

4.12. Выбираем тактику продажи

Выбор тактики продажи. Внедрение тактического плана продаж для каждой территории и продавца. Связь тактического плана продаж с жизненным циклом товара. Прямые и не прямые тактики продаж. Выбор средств информации. Выбор каналов продаж. Создание тактики сервиса. *Домашняя работа.*

4.13. Общение с покупателями

Техника общения и профессиональный этикет продавца. Особенности личной продажи. Основные правила общения с покупателем при личной продаже. Тактические действия компании, направленные на общение с покупателями. Информационные технологии и покупатели. *Домашняя работа.*

4.14. Стратегическая цель

Стратегическая цель продавца. Исследования и анализ направлений рынка. Конкурентное преимущество. Организация продаж. Внедрение плана продаж. Управление и контроль над ценами. Влияние деятельности конкурентов. Территориальное деление. Потенциал продаж. Выбор стратегии продаж и ее внедрение. *Домашняя работа.*

4.15. Эффективный телефонный контакт

Телефонный этикет. Манера речи и обращения с собеседником. Планирование и цели телефонного разговора. Регулярные звонки. «Холодные» звонки. Подготовка эффективного сценария разговора. Техники телефонного разговора. *Домашняя работа.*

4.16. Бюджет отдела продаж

Бюджет продаж. Оценка затрат на продажи. Бюджет затрат на продажи. Затраты отдела сбыта и отдельного продавца на ежедневную деятельность. Составление бюджета. Контроль за выполнением бюджета. *Домашняя работа.*

4.17. Планирование и структура переговоров

Подготовка к переговорам. Способ ведения переговоров. Место проведения переговоров. Подготовка расписания встречи. Обсуждение условий сделки. Стратегия и тактика переговоров. Завершение переговоров. *Домашняя работа.*

4.18. Прогнозирование продаж

Предназначение прогноза продаж. Типы и цели прогнозирования. Методы прогнозирования. Источники данных для прогнозирования продаж. Количественные и качественные техники прогнозирования. Временные рамки прогнозов. *Домашняя работа.*

4.19. Выставки, ярмарки, торговые шоу

Путь к установлению контакта. Подготовка участия в выставке, ярмарке, торговом шоу. Дни проведения мероприятия. Подведение итогов. Продажа через средства коммуникации. Роль работы по установлению связей с общественностью (PR).

Домашняя работа.

4.20. Обучение продавцов

Основные методы и компоненты обучения. Программы обучения продажам. Критерии оценки обучения. Привлечение специалистов для обучения. Обучение специалистов в зарубежных филиалах компании.

Домашняя работа.

4.21. Завершение продажи

Способы завершения сделки. Предоставление альтернативы. Скрытый конечный вопрос. Прямой конечный вопрос. Активная идентификация. Техника перерывов. Техника резюме. Техника антиципации. Подготовка длительного сотрудничества после завершения продажи. Завершающий этап сделки. Послепродажное сотрудничество.

Домашняя работа.

4.22. Набор персонала в отдел продаж

Формирование кадрового потенциала в организации. Управляющий персоналом. Технология отбора персонала. Выявление кандидатов. Предварительный отбор претендентов. Резюме. Анкета. Проведение первичного собеседования. Должностные инструкции. Оценка претендентов. Проверка представленной документации, сбор и проверка рекомендаций. Проведение итогового собеседования по найму.

Домашняя работа.

4.23. Рекламная деятельность компании

Основные направления рекламной деятельности предприятия торговли. Составляющие эффективной рекламы. Торговая марка. Брэнд. Каналы передачи рекламной информации. Печатная реклама. Рекламный текст. Организация рекламы в магазине. Интерьер магазина как средство рекламы.

Домашняя работа.

4.24. Контроль отдела сбыта. Оценка деятельности отдела продаж и продавцов

Контроль качества работы. Цели мотивации и контроля. Виды контроля. Сбор информации. Способы оценки деятельности продавцов. Количественные показатели работы. Качественные показатели работы. Результаты показателей контроля. Системы стимулирования труда торгового персонала. Система вознаграждений. Система окладов. Система комиссионных. Комбинированные системы.

Домашняя работа.

4.25. Специфические продажи. Помощь прямого маркетинга

Сущность прямого маркетинга. Приемы прямого маркетинга и способы их применения. Прямая почтовая рассылка. Внутренние и внешние данные. Информация в базе данных. Преимущества и недостатки прямой почтовой рассылки. Правила составления письменного сообщения. Информационное письмо. Телемаркетинг. Рекомендации по использованию телемаркетинга.

Домашняя работа.

4.26. Учет и управление продажами

Учет продаж. Системы бухгалтерского учета. Основные учетные документы. Метод двойной записи. Учет операций по кассе предприятия. Кассовая книга. Программы компьютерного учета. Электронные кассовые аппараты. Управление продажами. Отчеты. Анализ учета продаж.

Домашняя работа.

4.27. Каналы дистрибьюции. Исследование вопросов разделения

Продажа через посредников. Каналы распределения. Оптовая торговля. Розничная торговля. Выбор каналов распределения. Конкуренция и внешние факторы. Поиск партнеров. Взаимодействие с партнерами. Управление каналами распределения. Распределение услуг.

Домашняя работа.

4.28. Продажи при помощи информационных технологий

Информационные технологии в работе торгового агента. Факс-аппараты. Средства и возможности телефонной связи. Программное обеспечение и его выбор. Типовое программное обеспечение. Электронное планирование рабочего дня. Профессиональные программы для сбыта. Продажи с помощью Интернета. Электронная почта и ее программы. Электронная коммерция.

Домашняя работа.

4.29. Законодательные и этические вопросы в процессе продаж

Особенности законодательного и добровольного контроля. Защита прав потребителя. Союзы потребителей. Сертификация продуктов и услуг. Государственная защита прав потребителей. Контракт о купле-продаже. Структура договора. Условия гарантийных обязательств. Вопросы этики и этическая база защиты потребителя. Этические и правовые проблемы торговых агентов. Корпоративная этика.

Домашняя работа.

4.30. Продажи на мировом рынке

Методы продаж на мировом рынке. Преимущества торговли за рубежом. Проблемы международной торговли. Валютный риск. Правительственные постановления. Организация продаж на экспорт. Поиск зарубежных партнеров. Дистрибьюторы. Экспортные организации. Дочерние структуры. Прямые продажи. Культурные и деловые особенности стран.

Домашняя работа.

ПРИМЕЧАНИЕ: структура каждого тематического блока включает в себя теоретический материал, практические и домашние задания.

5. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ

5.1. Богачева Т. 1С: Предприятие 8. Управление торговыми операциях в вопросах и ответах. – М.: 1С-Публишинг, 2017. – 984с. + 1 электрон. опт. диск (CD).

5.2. Волков С. Как продавать на \$1000 в день: пошаговый план успеха в дропшипинге. – Екатеринбург: Издательские решения, 2016. – 82с.