

УТВЕРЖДАЮ:

Директор АНО ДПО
«Центр подготовки специалистов
«Аутлог»

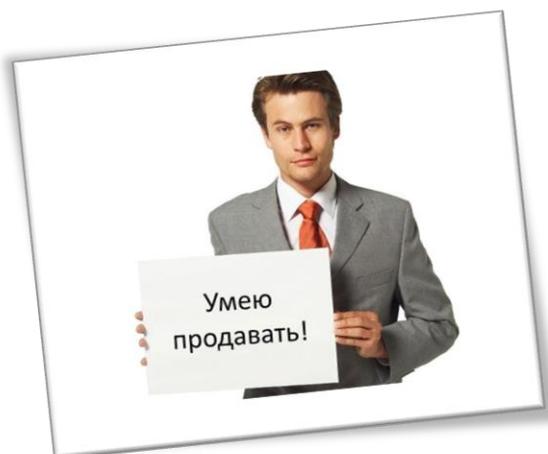


_____ / Пронских Д.Б./

«25» февраля 2024 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

«МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ»



Квалификация: *Менеджер по продажам*

Срок обучения: *252 ак.ч.*

Форма обучения: *заочная, с использованием ЭО и ДОТ*

Москва, 2024

УДК 658.8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Менеджер по продажам»: методическое пособие [Электронный ресурс] / [сост. ДПП ПП: авт. коллектив]. – М., АНО ДПО «Аутлог», 2024.

Программа обсуждена и одобрена Педагогическим советом АНО ДПО «Аутлог». Протокол № 8 от «25» февраля 2024 г.

Авторы-составители ДПП ПП:

Пронских Денис Борисович – руководитель авторского коллектива, преподаватель, эксперт

Чижова Юлия Вадимовна – методолог

Ягодникова Наталья Владимировна – преподаватель, руководитель отдела продаж

Яньков Василий Васильевич – преподаватель, эксперт

Содержание

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
2 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	5
3 ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ И СВЯЗАННЫХ С НЕЙ ВИДОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ И УРОВНЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ	6
4 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.....	7
5 УЧЕБНЫЙ ПЛАН И ГРАФИК ОБУЧЕНИЯ.....	12
5.1 Учебный план.....	12
5.2 Календарный учебный график	13
6 РАБОЧАЯ ПРОГРАММА	13
6.1 Рабочая программа модуля	13
7 ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	31
7.1 Формы аттестации	31
7.2 Примеры оценочных материалов по программе	32
8 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	40
8.1 Материально-техническое обеспечение программы и электронная информационно-образовательная среда.....	40
8.2 Кадровое обеспечение образовательного процесса	42
8.3 Учебно-методическое обеспечение программы	42

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Менеджер по продажам» разработана в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. №499 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

Содержание программы разработано на основании Федерального государственного образовательного стандарта СПО 38.02.08 «Торговое дело» (утв. Приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 №548), а также с учетом потребностей современного рынка труда.

Специфика формируемых в результате прохождения обучения по программе компетенций выпускников направлена на выполнение ими профессиональной деятельности в сфере продаж товаров и услуг и координации работы с клиентами, и учитывает компетенции, полученные слушателями программы в процессе получения ими основного профессионального образования.

Программа является учебно-методическим нормативным документом, регламентирующим содержание, организационно-методические формы и трудоемкость обучения.

Основная цель программы профессиональной переподготовки

Формирование компетенций и приобретение новой квалификации для осуществления деятельности в сфере продаж товаров и услуг и координации работы с клиентами.

Характеристика трудовой деятельности

Область профессиональной деятельности выпускников программы включает практическую деятельность по осуществлению продаж товаров и услуг и координации работы с клиентами.

Трудовая деятельность менеджера по продажам связана с выполнением обобщенных трудовых функций по формированию и ведению клиентской базы; взаимодействию с клиентами в процессе преддоговорной работы и продажи товаров и услуг; реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулированию покупательского спроса; осуществлению контроля состояния товарных запасов; послепродажному консультационно-информационному сопровождению клиентов.

Трудовая деятельность соответствует 4 уровню квалификации.

Категория слушателей программы

Лица, желающие освоить программу профессиональной переподготовки «Менеджер по продажам» должны иметь среднее профессиональное или высшее образование или получать такое образование на момент поступления на обучение по программе.

Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца.

Для прохождения обучения по данному курсу требования к стажу работы не предъявляются.

Технология обучения

Программа реализуется одним модулем.

ДПП (профессиональной переподготовки) содержит теоретические и практические вопросы, предусматривает обучение практическим навыкам, необходимым специалисту для выполнения обобщенных трудовых функций.

Рабочая программа курса «Менеджер по продажам» состоит из 11 разделов и содержит теоретические и практические вопросы различных аспектов деятельности в сфере продаж.

Общая трудоемкость программы 252 ак. ч., из них:

– 79 ак. ч лекционных занятий;

- 44 ак. ч тестовых занятий;
- 121 ак. ч практических заданий;
- 8 ак. ч итоговая аттестация.

При обучении слушателей обеспечивается соблюдение принципов стандартизации как в освоении умений и навыков, так и в оценке знаний, создание модели обучения на основе научной организации учебного процесса.

Освоение курсовой программы проводится полностью в заочной форме с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения посредством использования электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС), обеспечивающей освоение обучающимся образовательной программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающегося.

Обучение осуществляется посредством использования системы дистанционного обучения АНО ДПО «Центр подготовки специалистов «Аутлог».

Важным пунктом в системе профессиональной переподготовки является организация и проведение контроля знаний слушателей.

Формы контроля знаний:

- тестирование;
- зачет по практикуму;
- квалификационный экзамен.

Квалификационный экзамен проводится в форме электронного тестирования, вопросы которого позволяют установить соответствие теоретической и практической подготовки слушателя предъявляемым квалификационными требованиями.

По окончании программы профессиональной переподготовки слушателю выдается диплом о профессиональной переподготовке с присвоением квалификации «Менеджер по продажам» и правом ведения трудовой деятельности в сфере продаж товаров и услуг.

2 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Цель реализации программы профессиональной переподготовки «Менеджер по продажам» – формирование у слушателей компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в сфере продаж товаров и услуг и координации работы с клиентами.

Поставленная цель обуславливает решение следующих **задач**:

- актуализировать у слушателей знания общепрофессиональных дисциплин – основы трудовой деятельности, основы менеджмента и маркетинга, основы бухгалтерского учета;
- дать слушателям комплекс знаний в области психологии коммерции, ценообразования и работы с договором купли-продажи;
- познакомить слушателей с современными информационными технологиями в области продаж и рекламы;
- научить слушателей практическим методам установления контакта с клиентами и ведения переговоров;
- сформировать у слушателей компетенции по организации процесса продаж товаров и услуг;
- дать слушателям теоретические знания и практические навыки в сфере оперативного управления продажами;
- развить профессиональный творческий потенциал каждого слушателя.

Взаимосвязь с другими программами. Для освоения программы слушатели используют знания, умения и навыки, сформированные при основном профессиональном образовании.

Знания, полученные после изучения программы, лежат в основе компетенций, совершенствуемых в процессе прохождения дополнительного профессионального образования в сфере «Финансы и экономика»; «Сервис, оказание услуг населению».

3 ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ И СВЯЗАННЫХ С НЕЙ ВИДОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ И УРОВНЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ

Вид профессиональной деятельности – осуществление продаж товаров и услуг и координация работы с клиентами.

Основная цель вида профессиональной деятельности: продажи клиентам товаров и услуг в соответствии с заявленными требованиями, увеличение объемов сбыта товаров и услуг.

Группа занятий: ОКЗ 3322 Агенты по коммерческим продажам; 1221 Руководители служб по сбыту и маркетингу.

Отнесение к видам экономической деятельности: ОКВЭД 46 Торговля оптовая; 47 Торговля розничная.

Функциональная карта вида профессиональной деятельности (таблица 1)

Таблица 1.

Обобщенные трудовые функции		Трудовые функции
наименование	уровень квалификации	наименование
Осуществление продаж товаров и услуг и координация работы с клиентами	4	Формирование и ведение клиентской базы
		Взаимодействие с клиентами в процессе преддоговорной работы и продажи товаров и услуг
		Реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса
		Осуществление контроля состояния товарных запасов
		Послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов

Деятельность менеджера по продажам относится к 4 уровню квалификации.

Показатели уровня квалификации:

1) Полномочия и ответственность:

– деятельность под руководством с проявлением самостоятельности при решении практических задач, требующих анализа ситуации и ее изменений;

– планирование собственной деятельности и/или деятельности группы работников, исходя из поставленных задач;

– ответственность за решение поставленных задач или результат деятельности группы работников;

2) Характер умений:

– решение различных типов практических задач;

- выбор способа действия из известных на основе знаний и практического опыта;
- текущий и итоговый контроль, оценка и коррекция деятельности.

3) Характер знаний:

- понимание научнотехнических или методических основ решения практических задач;
- применение специальных знаний;
- самостоятельная работа с информацией.

4 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Содержание программы нацелено на формирование компетенций и приобретение новой квалификации для выполнения обобщенной трудовой функции по осуществлению продаж товаров и услуг и координации работы с клиентами.

Для осуществления спектра трудовых действий, связанных с оказанием сервисных услуг, выпускники курса «Менеджер по продажам» должны обладать профессиональными компетенциями, указанными в таблице 1.

Таблица 1

Результаты освоения дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки

Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	<ul style="list-style-type: none"> • сбора, формирования, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; • поиска и выявления потенциальных клиентов; • формирования базы; • проведения мониторинга конкурентов. 	<ul style="list-style-type: none"> • работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; • вести и актуализировать базу данных клиентов; • формировать отчетную документацию клиентской базе; • анализировать деятельность конкурентов; • определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; • планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; 	<ul style="list-style-type: none"> • специализированных программных продуктов; • методики выявления потребностей клиентов.

		<ul style="list-style-type: none"> • вести реестр реквизитов клиентов; • использовать программные продукты. 	
2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров	<ul style="list-style-type: none"> • определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; • формирования коммерческих предложений по продаже товаров; • подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; • информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; • стимулирования клиентов на заключение сделки; • взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; • закрытия сделок; • соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; • использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи. 	<ul style="list-style-type: none"> • планировать объемы собственных продаж; • устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; • использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; • формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; • планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя технику продаж в соответствии со стандартами организации; • использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; • предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; • опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; • работать с возражениями клиента; • применять техники по закрытию сделки; • суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; • фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; 	<ul style="list-style-type: none"> • техники продаж; • методик проведения презентаций

		<ul style="list-style-type: none"> • обеспечивать конфиденциальность полученной информации; • анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий. 	
<p>3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> • сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; • мониторинг и контроль выполнения условий договоров 	<ul style="list-style-type: none"> • оформлять и согласовывать договор; • подготавливать документацию для формирования заказа; • осуществлять мероприятия по размещению заказа; • следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; • принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; • осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту; • оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; • осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; • организовывать работу и оформлять документацию; • соблюдать конфиденциальность информации; • предоставлять клиенту достоверную информацию; • корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; • соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; • обеспечивать баланс интересов клиента и организации; 	<ul style="list-style-type: none"> • принципов и порядка ведения претензионной работы

		<ul style="list-style-type: none"> • обеспечивать соблюдение требований охраны. 	
4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж	<ul style="list-style-type: none"> • анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; • выполнения запланированных показателей по объему продаж. 	<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; • собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; • планировать работу по выполнению плана продаж; • анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий реализации; • анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; • анализировать возможности увеличения объемов продаж; • планировать и контролировать поступление денежных средств; • обеспечивать наличие демонстрационной продукции; • применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; • планировать рабочее время для выполнения плана продаж; • планировать объемы собственных продаж; 	<ul style="list-style-type: none"> • специализированных программных продуктов.
5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	<ul style="list-style-type: none"> • разработки программ по повышению лояльности клиентов; • разработки мероприятий по стимулированию продаж; • информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; • стимулирования клиентов на заключение сделки; 	<ul style="list-style-type: none"> • оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; • разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; • разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; 	<ul style="list-style-type: none"> • методики позиционирования продукции организации на рынке; • методов сегментирования рынка; • методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.

		<ul style="list-style-type: none"> • анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров; • анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; • анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; • вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; • вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов. 	
6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	• контроля состояния товарных запасов	<ul style="list-style-type: none"> • анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; • обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; • анализировать оборачиваемость складских остатков. 	• инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.
7. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	<ul style="list-style-type: none"> • информационно-справочного консультирования клиентов; • контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания. 	<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; • инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; • инициативно вести диалог с клиентом; • резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; • определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; 	• основ организации послепродажного обслуживания.

		<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать рекомендации для клиента; • собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; • анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; • проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; • вести деловую переписку с клиентами и партнерами; • использовать программные продукты. 	
--	--	---	--

Выпускники программы получают диплом о профессиональной переподготовке «Менеджер по продажам», с правом ведения трудовой деятельности в сфере продаж товаров и услуг. По запросу выпускников программы дополнительно выдается сертификат о прохождении обучения по программе.

5 УЧЕБНЫЙ ПЛАН И ГРАФИК ОБУЧЕНИЯ

5.1 Учебный план

№	Наименование разделов	Всего учебных часов	В том числе:			Форма контроля
			Лекции	Тесты	Практ. занятия	
1	2	3	4	5	6	7
1	Правовые основы трудовой деятельности	10	3	2	5	Зачет
2	Психология коммерции	10	4	2	4	Зачет
3	Основы менеджмента и маркетинга	20	9	2	9	Зачет
4	Основы бухгалтерского учета	18	11	2	5	Зачет
5	Договор купли-продажи	8	5	2	1	Зачет
6	Товар и ценообразование	6	4	2	-	Зачет
7	Продажи. Организация процесса продаж и ведение переговоров	74	20	24	30	Зачет
8	Услуги. Специфика и стратегия продаж услуг	6	4	2	-	Зачет

9	Оперативное управление продажами	12	9	2	1	Зачет
10	Реклама товаров, услуг	12	5	2	5	Зачет
11	Информационные технологии продаж	8	5	2	1	Зачет
12	Практикум	60	-	-	60	Зачет
	Итоговая аттестация	8	-	8	-	Экзамен
	ВСЕГО	252	79	52	121	-

5.2 Календарный учебный график

Режим обучения при графике обучения 40 часов в неделю – 7 недель (2 месяца);

Раздел	Неделя изучения						
	1	2	3	4	5	6	7
1	10						
2		10					
3			20				
4			18				
5			8				
6			6				
7			8	40	26		
8				6			
9				8	4		
10					12		
11					8		
ПР					16	40	4
ИА							8

– Обучение

ПР – Выполнение практической работы

ИА – Итоговая аттестация

6 РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДПП ПП «Менеджер по продажам» реализуется одним модулем.

6.1 Рабочая программа модуля

Цель и задачи изучения модуля совпадают с целью и задачами изучения ДПП и представлены в п. 2 Образовательной программы.

Планируемые результаты изучения модуля совпадают с планируемыми результатами изучения ДПП и представлены в п.4 Образовательной программы.

Содержание программы

Раздел 1. Правовые основы трудовой деятельности (10 ак. ч).

Лекции (3 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

1.1 Характеристика трудовой деятельности менеджера по продажам. Введение в профессию "Менеджер по продажам". Функциональные обязанности и должностная инструкция менеджера по продажам. Менеджер по продажам – "солдат широкого профиля"

1.2 Система трудового законодательства РФ. Понятие трудового правоотношения и система источников правового регулирования трудовых отношений. Признаки и структура трудового правоотношения. Основания для возникновения трудовых отношений. Основные права и обязанности сторон трудовых правоотношений.

1.3 Трудовой договор. Заключение трудового договора. Содержание и сроки трудового договора. Испытания при приеме на работу. Изменение трудового договора. Понятие о прекращении трудового договора, о расторжении трудового договора и об увольнении. Основания прекращения трудового договора. Общий порядок оформления прекращения трудовых отношений. Порядок и сроки расчета.

Практико-ориентированные занятия (5 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

Задания для самостоятельного выполнения	<u>Тема 1.2</u> 1) «Источники правового регулирования трудовых правоотношений»: https://learningapps.org/watch?v=pktmeyqkk23 2) «Чья это обязанность?»: https://learningapps.org/watch?v=po2zsxps523 <u>Тема 1.3</u> 1) «Порядок заключения трудового договора»: https://learningapps.org/watch?v=pbnvtgodn23 2) «Прекращение трудового договора»: https://learningapps.org/watch?v=pmpqqhp3k23
Вопросы для самостоятельного размышления	<u>Тема 1.3</u> 1) Читая материал, размещенный ниже, подумайте и приведите «живые» примеры: а) постоянного перевода на другую работу в той же организации; б) временного перевода на другую работу в той же организации; в) перевода на постоянную работу на другую территорию или филиал в той же организации. Попробуйте описать в примере, что было – что стало – и какова возможная причина перевода. 2) Приведите возможный пример перемещения работника в организации, не влекущего за собой изменения трудовой функции и условий трудового договора. Попробуйте описать в примере, что было – что стало – и какова возможная причина перевода. 3) Ситуация: у водителя погрузчика склада сломана рука, восстановительный период занимает 2 месяца. Ему рекомендована работа, не связанная с физическим трудом. Какие действия необходимо предпринять в этом случае, и какие варианты можно предложить такому работнику на складе? 4) Сформулируйте различия между увольнением по соглашению сторон и увольнением по собственному желанию

<p>Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов</p>	<p><u>Тема 1.1</u></p> <p>1) Р. Чалдини «Психология Влияния» (СДО)</p> <p>2) Р. Чалдини «Психология Убеждения — важные мелочи гарантирующие успех» (СДО)</p> <p>3) В верхнем левом углу этой лекции найдите вкладку "Дополнительные материалы". Откройте вкладку и ознакомьтесь с одним их типовых образцов должностной инструкцией менеджера по продажам. Подготовьте ответы на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что определяет должностная инструкция менеджера по продажам? 2. Каким образом происходит утверждение кандидата на должность менеджера по продажам предприятия? 3. Кому подчиняется менеджер по продажам? 4. Какими знаниями должен обладать менеджер по продажам? 5. Входят ли в должностную инструкцию требования к личностным качествам менеджера по продажам? 6. Какими внутренними документами (локальными нормативными актами предприятия) регулируется деятельность менеджера по продажам? 7. Какие трудовые действия входят в функциональную карту деятельности менеджера по продажам? 8. Какими правами обладает менеджер по продажам? 9. За какие нарушения менеджер по продажам несет ответственность? 10. В соответствии с каким локальным нормативным актом предприятия определяется режим работы менеджера по продажам? 11. В соответствии с каким локальным нормативным актом предприятия определяются условия оплаты труда менеджера по продажам? 12. Являются ли задачи, обязанности, права и ответственность менеджера по продажам, определенные в должностной инструкции, постоянными и неизменными? 13. Можно ли вносить изменения и дополнения в Должностную инструкцию менеджера по продажам? <p>4) Евгений Котов. "Продавец - миф о профессии": https://youtu.be/Ks3I5QXqrtQ</p> <p><u>Тема 1.3</u></p> <p>1) Для отдельных категорий работников при увольнении установлены дополнительные гарантии. Ознакомьтесь самостоятельно со статьями 261, 269, 374, 376 ТК РФ, и ответьте на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) В каких случаях можно уволить работников, имеющих детей? 2) Каковы особенности прекращения трудового договора с несовершеннолетним работником? 3) Надо ли при увольнении руководителей выборных коллегиальных органов первичных профсоюзных организаций, не освобожденных от основной работы, по сокращению штатов, согласовывать это решение с вышестоящим выборным профсоюзным органом? <p>2) Каков размер выходного пособия устанавливается работнику, увольняемому по сокращению штатов?</p>
---	---

	<p>3) Размеры выходного пособия в отдельных случаях зависят от оснований прекращения трудового договора (ч.3 ст. 84, 327.7 ТК РФ). Ознакомьтесь с содержанием статей и ответьте на вопросы:</p> <p>1) В каком размере должно быть выплачено выходное пособие работнику при расторжении трудового договора по причине нарушения правил заключения трудового договора, если нарушение было допущено не по вине работника?</p> <p>2) Какое вознаграждение выплачивается работнику, являющемуся иностранным гражданином, при расторжении трудового договора в связи с приостановлением действия разрешения на привлечение и использование иностранных работников, на основании которого такому работнику было выдано разрешение на работу?</p>
--	--

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 2. Психология коммерции (10 ак. ч).

Лекции (4 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

2.1 Сфера исследования психологии коммерции. Эволюция теорий психологии коммерции. Экономический человек. Психология коммерции и экономическая психология. Экономическое сознание и экономическое поведение.

2.2 Психологические основы коммерческой деятельности. Проблема деятельности в психологии. Мотивация деятельности. Психология коммерческой деятельности. Основные подходы к пониманию коммерческой деятельности. Психологические аспекты предпринимательской деятельности. Сознательное и бессознательное в регуляции деятельности.

2.3 Психология поведения в коммерческой сфере. Классификация типов социального поведения. Детерминанты экономического поведения. Сберегающее поведение. Психологическая основа коммерческих сделок.

Практико-ориентированные занятия (4 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

Задания для самостоятельного выполнения	<p><u>Тема 2.2</u></p> <p>1) «Основные компоненты мотивации деятельности»: https://learningapps.org/watch?v=pw5kkrr5t24</p> <p>2) «Этапы мотивационного процесса»: https://learningapps.org/watch?v=p0fw1301k24</p> <p>3) «Психологические основы коммерческой деятельности» https://learningapps.org/watch?v=pneifj46324</p> <p>4) «Психологические аспекты предпринимательской деятельности» https://learningapps.org/watch?v=p1phqr18n24</p> <p><u>Тема 2.3</u></p> <p>1) «Психология поведения в коммерческой сфере»: https://learningapps.org/watch?v=pcbjpgdt324</p>
Вопросы для самостоятельного размышления	<p><u>Тема 2.3</u></p> <p>1) Как Вы считаете, от чего в большей степени зависит поведение человека: - от врожденной программы, унаследованной от предков?</p>

	<p>- от внешней среды, в которой живет человек? - от личных особенностей и социальных ценностей, которые приобретает человек в процессе жизни? Если Вы считаете, что поведение зависит от всех факторов, то попробуйте определить, как распределяются эти факторы? Какой, по Вашему мнению, влияет больше, какой - меньше? Какие факторы важнее в социальной, бытовой жизни, а какие оказывают БОльшее влияние на экономическое поведение? 2. Как Вы считаете, какой тип социального поведения наиболее актуален в настоящее время среди ваших потенциальных клиентов как менеджера по продажам? Какой тип поведения больше всего нравится лично Вам, как менеджеру по продажам?</p>
<p>Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов</p>	<p><u>Тема 2.3</u> 1) Откройте дополнительные материалы к лекции (см. в левом верхнем углу лекции ссылку "Дополнительные материалы") и прочитайте статью "4 смертных греха менеджера по продажам". Подумайте, от каких психологических факторов, влияющих на поведение клиента, зависит совершение сделки в данном случае? Сделайте свои предположения, как можно улучшить диалог и заинтересовать клиента, основываясь на психологии совершения сделки?</p>

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 3. Основы менеджмента и маркетинга (20 ак. ч).

Лекции (9 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

3.1 Сущность и характерные черты современного менеджмента. Понятие и сущность менеджмента. Основные этапы истории менеджмента. Научные школы управления. Современные подходы в менеджменте. Современные принципы управления.

3.2 Организация работы предприятия. Организация как объект менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации.

3.3 Процесс управления. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Основные функции управления. Цикл менеджмента. Функция планирования: понятие, назначение. Стратегическое планирование. Назначение и структура бизнес-плана (БП). Тактическое и текущее планирование

3.4 Концепции мотивации персонала и рекомендации по поощрению работников. Учет мотивации в организации труда. Основные подходы к мотивации персонала. Практические рекомендации по поощрению работников.

3.5 Принятие управленческих решений. Управленческое решение: понятие, сущность, классификация. Процедура принятия управленческих решений. Факторы, определяющие качество управленческих решений. Условия эффективности управленческих решений.

3.6 Контроль. Сущность, функции и смысл контроля. Структура контроля. Виды контроля. Эффективность контроля

3.7 Методы и стили управления. Административные методы управления. Экономические методы управления. Социально-психологические методы. Стилль руководства.

3.8 *Управление конфликтами в организации.* Понятие организационного конфликта и его структура. Причины организационных конфликтов. Типы конфликтов. Классификация конфликтов. Управление конфликтной ситуацией

3.9 *Маркетинг и конкуренция.* Роль маркетинга в стратегии управления. Недифференцированный маркетинг: понятие, преимущества и недостатки. Методы конкуренции. Ценовая и неценовая конкуренция. Понятие и виды конкуренции.

Практико-ориентированные занятия (9 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

<p>Задания для самостоятельного выполнения</p>	<p><u>Тема 3.1</u> 1) С учетом приведенных в тексте принципов Г. Эмерсона и А. Файоля сформулируйте принципы управления современным действующим предприятием. Какие принципы, по вашему мнению, стали неактуальными и почему?</p> <p><u>Тема 3.3</u> 1) Прочитайте текст к заданию и попробуйте самостоятельно проанализировать внутреннюю и внешнюю среду предприятия "Волна": определить сильные и слабые стороны внутренней среды предприятия, появившиеся возможности и угрозы внешней среды. Назовите возможные стратегии развития предприятия. "Предприятие «Волна», производящее молочную продукцию, освоило современные технологии, разработало портфель новых проектов, но дальнейшее его развитие тормозится нехваткой оборотных средств и потерей большого числа квалифицированных кадров, которые уволились в период длительной реконструкции предприятия. Продукция предприятия отвечает международным стандартам, возможность расширить производство продукции и освоить новые рынки, но в данной отрасли появилось много новых конкурентов - небольших частных предприятий по переработке молочных продуктов. Кроме того, наметилась тенденция замедления роста рынка данной продукции".</p> <p><u>Тема 3.4</u> 1) «Первичные и вторичные мотивы трудовой деятельности» https://learningapps.org/watch?v=p908sf0y222 2) «Тренировка интерпретации поведения людей» https://learningapps.org/watch?v=p9jycq1wj22</p> <p><u>Тема 3.7</u> 1) Опираясь на прочитанные страницы лекции, попробуйте для перечисленных в приведенном ниже списке организаций подобрать наиболее эффективный метод управления. Обоснуйте свой выбор. 1. Супермаркет. 2. Завод по производству легковых автомобилей. 3. Средняя школа. 4. Кафе «Шоколадница». 5. Мастерская по ремонту обуви. 6. Мебельная фабрика. 2) Проведите анализ ситуации, сложившейся на фирме, определите преобладающий стиль управления и обоснуйте необходимость корректировки существующего стиля. Ситуация: "Руководитель недавно открывшегося предприятия пытается четко структурировать отношения внутри предприятия и</p>
--	---

	<p>добиться строгого выполнения дисциплинарных требований. Несмотря на высокую зарплату, многие ведущие специалисты обращаются с заявлением об увольнении".</p>
<p>Вопросы для самостоятельного размышления</p>	<p><u>Тема 3.2</u> 1) Читая учебный материал дальше, попробуйте поразмышлять на тему: "Почему при характеристике внешней среды предприятия говорят о ее сложности, подвижности и неопределенности?"</p> <p><u>Тема 3.4</u> 1) Каким образом выход из «зоны комфорта» может повлиять на развитие личности? Какая связь может существовать между комфортом на рабочем месте и комфортом личности? 2) А какой из перечисленных вторичных мотивов – самоуважение, результат, любовь к труду, увлекательность задачи, коллективный труд - ближе всего лично Вам? Какие из этих мотивов, по-вашему, реально работают? Можете ли Вы подобрать людей из своего окружения, в которых на работе явно выражены какие-либо из этих мотивов? 3) Читая далее информацию о формах нематериальной стимуляции труда, вспомните, с какими из форм Вы уже встречались на практике? Как Вы считаете, от каких способов мотивации отдача больше – от материальных, нематериальных, или, может быть, от их сочетания? Обоснуйте свое мнение – лично для себя.</p>
<p>Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов</p>	<p><u>Тема 3.1</u> 1) Откройте по ссылке и изучите дополнительный материал, который мы подготовили для Вас: Школы менеджмента эволюция и современность.pdf (СДО) Подготовьте ответ на следующий вопрос: "В какой управленческой школе есть теория, где про работника говорят, что "...средний индивидуум туповат, стремится увильнуть от труда"? Как называется эта теория и кто ее автор?" Ответ на поставленный вопрос будет проверен в тестах промежуточной аттестации по разделу.</p> <p><u>Тема 3.2</u> 1) Откройте по ссылке и изучите дополнительный материал, который мы подготовили для Вас (Приложение 4) Оценка и анализ внешней и внутренней среды менеджмента.pdf (СДО) Подготовьте ответы на следующие вопросы: 1) В каких областях внешнего окружения организации могут консолидироваться угрозы и опасности для развития бизнеса? 2) Какие функциональные зоны следует анализировать при выяснении сильных и слабых сторон организации? 3) Что первично для разработки стратегии: анализ внешней или внутренней среды организации? Какое из утверждений верно: "Внешний анализ проводится для того, чтобы минимизировать риски, обнаруженные при внутреннем анализе среды организации", или "Внутренний анализ помогает определить, обладает ли фирма внутренними силами, чтобы противостоять внешним угрозам"? Ответы на поставленные вопросы будут проверены в тестах промежуточной аттестации по разделу.</p> <p><u>Тема 3.3</u></p>

1) Откройте по ссылке и изучите дополнительный материал, который мы подготовили для Вас (Приложение 5): Сущность и функции планирования в управлении.pdf (СДО)

Подготовьте ответы на следующие вопросы:

- 1) Какие 4 основные вида ориентации или технологии составления планов приняты в зарубежных организациях при планировании будущего корпорации (классификация Р.Л. Акоффа)?
- 2) На чем основывается "реактивное" планирование?
- 3) При какой структуре управления предприятием по каждому организационному уровню формируется состав служб, пронизывающий все предприятие «сверху донизу»?

Ответы на поставленные вопросы будут проверены в тестах промежуточной аттестации по разделу.

2) Откройте по ссылке и изучите дополнительный материал, который мы подготовили для Вас (Приложение 6): Основные функции менеджмента.pdf (СДО)

Подготовьте ответы на следующие вопросы:

- 1) Какие факторы принимаются во внимание при проведении СТЕП-анализа?
- 2) Какой этап должен предшествовать разработке современных управленческих моделей с использованием перспективных технологий?
- 3) Как называется комплекс средств автоматизации для экономического анализа, проектирования, разработки и сопровождения сложных организационных систем?

Ответы на поставленные вопросы будут проверены в тестах промежуточной аттестации по разделу.

Тема 3.4

1) Почитайте статью Ю. Чижовой «Корпоративное обучение: «Они не учатся... Что делать?!»» и оставьте свои комментарии на эту тему. https://dzen.ru/a/Y5wDkzzLenI40tmD?share_to=link

Тема 3.5

1) Откройте по ссылке и изучите дополнительный материал, который мы подготовили для Вас (Приложение 7): Проблемы и признаки эффективности коммуникаций.pdf (СДО)

Подготовьте ответы на следующие вопросы:

- 1) Какие преграды стоят на пути межличностных коммуникаций?
- 2) Если вы на работе получаете от руководства информацию, которая вступает в противоречие с вашим опытом или ранее усвоенными понятиями, то будет ли эта информация усвоена точно так, как этого хочет руководство?
- 3) Какие вы видите возможные преграды в организационных коммуникациях?
- 4) Если руководитель получает большое количество информации и должен постоянно поддерживать информационный обмен на высоком уровне, то может ли он эффективно реагировать на всю поступающую информацию?

Ответы на поставленные вопросы будут проверены в тестах промежуточной аттестации по разделу.

Тема 3.7

	<p>1) Откройте по ссылке и изучите дополнительный материал, который мы подготовили для Вас (Приложение 8): Харизма руководителя и управленческие архетипы.pdf (СДО)</p> <p>Подготовьте ответы на следующие вопросы:</p> <p>1) Что такое "харизма" в представлении Макса Вебера?</p> <p>2) Какими чертами должен обладать руководитель, обладающий "патерналистской" харизмой?</p> <p>Ответы на поставленные вопросы будут проверены в тестах промежуточной аттестации по разделу.</p> <p>Определили, какая архетипичная форма управления ближе всего вам?</p>
--	---

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 4. Основы бухгалтерского учета (18 ак. ч).

Лекции (11 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

4.1 Организация бухгалтерского учета на предприятии. История возникновения и развития учета. Нормативное регулирование бухгалтерского учета. Системы и принципы ведения бухгалтерского учета. Формы бухгалтерского учета. Учетная политика предприятия.

4.2 Учет основных средств. Классификация и оценка основных средств. Учет поступления основных средств. Учет амортизации основных средств. Учет ремонта основных средств. Учет выбытия основных средств. Учет арендованных основных средств. Переоценка ОС

4.3 Учет нематериальных активов. Понятие нематериальных активов. Синтетический учет нематериальных активов. Учет амортизации нематериальных активов. Учет выбытия нематериальных активов 247

4.4 Учет материально-производственных запасов. Классификация и оценка производственных запасов. Синтетический учет материально-производственных запасов. Документация по учету движения МПЗ

4.5 Учет затрат на производство. Классификация затрат на производство. Синтетический учет затрат на производство. Синтетический учет коммерческих расходов. Группировка затрат для калькулирования себестоимости.

4.6 Учет расчетов по оплате труда и отчислений на социальные нужды. Учет личного состава работающих и использования рабочего времени. Синтетический учет расчетов по оплате труда. Порядок расчета среднего дневного заработка и начисления отпускных. Порядок расчета пособия по временной нетрудоспособности, беременности и родам. Учет удержаний из заработной платы. Учет расчетов по социальному страхованию и обеспечению.

4.7 Учет готовой продукции, товаров и процесса реализации. Синтетический учет готовой продукции. Учет реализации продукции (работ, услуг) и расчетов с покупателями. Инвентаризация готовой продукции. Учет товаров и их реализации.

4.8 Учет денежных средств и финансовых вложений. Учет кассовых операций. Учет денежных средств на расчетном счете. Учет денежных средств на валютных счетах. Учет операций на специальных счетах. Учет финансовых вложений.

4.9 Учет расчетных операций. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками. Учет расчетов по кредитам и займам. Учет расчетов по налогам и сборам. Учет расчетов с

подотчетными лицами. Учет расчетов с персоналом по прочим операциям. Учет расчетов с учредителями. Учет расчетов с разными дебиторами и кредиторами.

4.10 Учет финансовых результатов. Финансовый результат от реализации. Финансовый результат от прочей деятельности. Учет прибыли (убытков).

4.11 Бухгалтерская отчетность предприятия. Порядок организации работ по завершению финансового года Содержание бухгалтерской отчетности

Практико-ориентированные занятия (5 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов	<p>Тема 4.1</p> <p>1) Посмотрите видеоматериал «План счетов. Бухучет для начинающих» https://youtu.be/IW_c2MumfWo и ответьте на вопросы.</p> <p>Что такое активные и пассивные счета? Какая разница между счетом и субсчетом и что такое аналитические и синтетические счета? В каком выражении (денежном, натуральном) ведется учет на синтетических и аналитических счетах? Что такое рабочий план счетов и для чего он составляется? Что такое забалансовые счета? Если счет активный, то какое изменение его показателя записывается в проводке по дебету – увеличение или уменьшение? Если счет пассивный, то какое изменение его показателя записывается в проводке по дебету – увеличение или уменьшение?</p> <p>2) Перейдите по ссылке и прочитайте материал «Инструкция по заполнению приходного ордера» https://assistantus.ru/forma/m-4-prihodnyj-order/ Ответьте на вопросы:</p> <p>В каком случае во второй таблице формы М-4 необходимо заполнять графу «номер паспорта»? Как следует поступить, если во второй таблице формы М-4 остались незаполненные строки? Обязательна ли печать на приходном ордере? Чьи подписи ставятся под приходным ордером?</p> <p>3) Перейдите по ссылке и прочитайте материал «Инструкция заполнения бланка товарно-транспортной накладной» https://assistantus.ru/forma/1-t-tovarno-transportnaya-nakladnaya/ Ответьте на вопросы:</p> <p>Можно ли при заполнении товарно-транспортной накладной оставлять ячейки пустыми, допускать неточности и ошибки, вносить в бланк неверные сведения? Какая из сторон – грузоотправитель, грузополучатель или перевозчик – должен заполнять первый раздел формы Т-1? Чьи подписи должны стоять в конце документа?</p> <p>4) Перейдите по ссылке и прочитайте материал «Заполняем акт о приемке материалов по форме М-7» https://assistantus.ru/forma/m-7-akt-o-priemke-materialov/ Ответьте на вопросы:</p> <p>Сколько листов для заполнения содержит форма М-7? Кем должен быть подписан акт о приемке материалов по форме М-7? Должен ли акт о приемке материалов по форме М-7 утверждаться руководителем получившей груз организации?</p>
--	--

	<p>5) Перейдите по ссылке и прочитайте материал «Инструкция по заполнению требования-накладной по форме М-11» https://assistentus.ru/forma/m-11-trebovanie-nakladnaya/ Ответьте на вопросы:</p> <p>Какие данные являются не обязательными при заполнении требования-накладной?</p> <p>Какое соотношение необходимо проверять при заполнении сведений о количестве затребованных и отпущенных материалов?</p> <p>Кто подписывает требование-накладную?</p> <p>6) Перейдите по ссылке и прочитайте материал «Инструкция по заполнению формы М-8» https://assistentus.ru/forma/m-8-limitno-zabornaya-karta/ Ответьте на вопросы:</p> <p>Какие сведения следует внести в ячейку «лимит», и кто это должен делать?</p> <p>Кем заверяется лимитно-заборная карта?</p> <p>7) Только для тех, кому ничего непонятно, но интересно (или может быть полезно), и хочется (или надо) узнать немного больше! Достаточно подобное объяснение способов учета материалов – в видеоматериале Сергея Молчанова «Учет материалов. Методы ФИФО, средней стоимости» https://youtu.be/tUzN_vuPtvG.</p> <p>Ответьте на вопрос:</p> <p>Что означает метод ФИФО?</p>
--	---

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 5. Договор купли-продажи (8 ак. ч).

Лекции (5 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

5.1 Договор купли-продажи. Виды договоров купли-продажи.

5.2 Договор поставки.

5.3 Договоры, содействующие торговле.

5.4 Расторжение договора.

5.5 Порядок расторжения договора купли-продажи. Основания для расторжения договора купли-продажи. Порядок расторжения договора купли-продажи. Можно ли оспорить расторжение договора купли-продажи? Каковы особенности расторжения договора купли-продажи? Правовые аспекты.

Практико-ориентированные занятия (1 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

Задания для самостоятельного выполнения	<p><u>Тема 5.1</u></p> <p>1) Откройте ссылку на ст. 458 ГК РФ. в СПС "Консультант-Плюс". Найдите под статьей раздел "Комментарии к статье", выберите ссылку на комментарий "В какой момент переходит право собственности на товар по договору купли-продажи. Если у Вас не оформлен платный доступ к материалам СПС "Консультант-Плюс", Вы можете бесплатно получить эту статью, заказав ее в системе и указав свою почту и номер телефона.</p>
---	---

	Прочитайте комментарий. Используйте в дальнейшем такой способ получения бесплатных правовых материалов в СПС "Консультант-Плюс", это большое подспорье в работе и учебе.
Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов	Тема 5.1 1) Посмотрите видеоматериал Романа Мельниченко "Виды договора купли-продажи": https://dzen.ru/video/watch/6502c26e55af885f49e4ea41?share_to=lin

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 6. Товар и ценообразование (6 ак. ч).

Лекции (4 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

6.1 Рыночные методы ценообразования. Цели ценообразования.

6.2 Расчет цены по методу сопоставимых рыночных цен.

6.3 Розничная торговая надбавка. Уровень торговой надбавки.

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 7. Продажи. Организация процесса продаж и ведение переговоров (74 ак. ч).

Лекции (20 ак. ч)

Форма контроля: задания текущей и промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

7.1 Сущность продаж и современный рынок. Продажа как инструмент системы сбыта. Цели и задачи современного продавца

7.2 Этапы процесса продаж. Подготовительный этап продаж. Этапы процесса продаж. Методики поиска клиентуры. Подготовка продавца к встрече с клиентом.

7.3 Телефонные переговоры. Холодные звонки. Правила телефонного этикета. Телефон как средство коммуникации. Как правильно начать разговор по телефону. Как преодолеть страх холодных звонков. Почему мы боимся холодных звонков. Как избавиться от страха холодных звонков. Фразы, которые нельзя говорить клиенту по телефону.

7.4 Установление контакта продавца с покупателем. Установление контакта через подобное поведение. Контакт через подобные цели, стратегии, способности. Контакт через подобные представления, оценки, убеждения

7.5 Типы покупателей. Индивидуальный подход к клиенту. Классификации типов покупателей. Концепция психотипов личностей К.Юнга в контексте практики продаж. Социальные стили личности.

7.6 Анализ потребностей клиента. Функции вопросов. Техника постановки вопросов, типы вопросов. Главные принципы вопросной техники.

7.7 Презентация товаров, услуг. Цели презентации. Подготовка к презентации. Проведение презентации. Презентация товара при продаже. Основные приемы презентации товара, услуги. Работа с группой клиентов. Правила приведения аргументов. Способы проведения презентации. Коммуникативные приемы подхода к клиенту.

7.8 Преодоление возражений клиента. Суть и значение возражений. Основные правила в преодолении возражений. Типы возражений. Поведение продавца и ответы на возражения клиента

7.9 *Переговоры о цене.* Главные принципы аргументации цены. Стратегии поведения продавца при сопротивлении цене. Техники обоснования цены. Поведение продавца при проведении переговоров о цене.

7.10 *Завершающая стадия продаж. Поддержание контактов после продаж.* Ошибки продавца на завершающей стадии продаж. Главные рекомендации при заключении сделки. Способы завершения сделки купли-продажи. Поведение продавца после заключения сделки. Поведение продавца при сохранении сомнений и отказе клиента совершить сделку. Поддержание контактов

7.11 *Работа с претензиями.* Претензии и рекламации. Претензии клиента. План оптимум – создание системы по работе с претензией.

Практико-ориентированные занятия (30 ак. ч).

Форма контроля: задания текущей и промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

<p>Задания для самостоятельного выполнения</p>	<p><u>Тема 7.6.</u> 1) Приведите пример "закрытого" вопроса для продажи вашего товара. Продумайте, какие «хвостатые» вопросы с заранее запрограммированным ответом Вы могли бы задать покупателю при продаже вашего товара. Предположите, какие связки-рефрены могут возникнуть и как их можно обыграть при продаже вашего товара. 2) Приведите пример "исследовательского" вопроса для продажи вашего товара. Продумайте 2-3 вопроса-"дикобраза", который могут "сработать" при продаже вашего товара. Предположите, какие наводящие вопросы можно задавать при продаже вашего товара. 3) Придумайте, какие полуоткрытые вопросы могут быть актуальными для продажи вашего товара. <u>Тема 7.8</u> 1) Разработайте своего рода сценарий беседы и три варианта ее развития: нейтральный, благоприятный и неблагоприятный. Прикиньте, какие возражения можно ожидать. Подготовьте несколько вариантов ответов. 2) Продумайте аргументы и способы снятия у клиента напряжения, вызванного страхом изменений, при покупке вашего товара. 3) Продумайте аргументы, которыми Вы сможете нейтрализовать возражения клиента, связанные с ценой и расходами на ваш товар. 4) Продумайте аргументы, которыми Вы сможете показать выгоду или пользу своего товара для клиента. 5) Продумайте, может ли возникнуть ситуация "сопротивления насыщению" со стороны покупателя вашего товара. Что можно предпринять в таком случае? 6) Продумайте, как Вам следует вести себя в случае проявления обиды, скрытой враждебности, предубеждения со стороны клиентов. 7) Продумайте, как лучше всего избежать негативного опыта для клиентов по поводу вашего товара.</p>
<p>Вопросы для самостоятельного размышления</p>	<p><u>Тема 7.2</u> 1) Каким образом Вы могли бы применить методику "Наводка" в поиске клиентов на свой товар? Предусматривают ли его продажи повторные визиты? Кто чаще обращается за покупкой вашего товара - подготовленные или неподготовленные клиенты? 2) Есть ли у вашего товара "Цикл нетерпения"? Какова его длительность? Как часто следует возобновлять контакты со своими покупателями?</p>

3) Как Вы предполагаете, применима ли будет методика "Усыновления сирот" в вашей дальнейшей деятельности? Что может стать стимулом для восстановления контакта с клиентами? Возможны ли у вашего товара "технические усовершенствования"?

4) Каким образом поиск информации в СМИ сможет помочь Вам в поиске клиентов на ваш товар? Какие СМИ могут стать наиболее действенными?

5) Подумайте, присутствует ли у Вас страх перед началом общения с клиентом? Если да, то какой именно страх? Будут ли Вам мешать в дальнейшей работе имеющиеся страхи? Есть ли у Вас предубеждения или стереотипы в отношении каких-либо типов людей? Можете ли Вы их определить для себя достаточно четко? Знаете ли Вы, как можно побороть антимотиваторы - страхи и предубеждения? Хотите ли Вы с ними бороться?

6) Подумайте, привлекает ли Вас продажа именно того товара, который вам придется продавать? Нравится ли продаваемый товар вам самому? Какой товар Вы точно хотели бы продавать клиентам, а какой - точно нет?

Тема 7.3

1) Знали ли вы эти рекомендации раньше? Пользовались ли вы уже какими-то из приемов в телефонных переговорах? Какие из приемов точно "работают"? Какая рекомендация для ведения телефонного разговора, на Ваш взгляд, является самой ценной?

2) А как Вы начинаете разговор, если знаете прямой номер собеседника и его имя? Как Вы считаете, какой из вариантов лучше - Ваш или предложенный здесь, и почему? Что можно исправить, как улучшить или обогатить начало разговора конкретно для продаж вашего товара?

3) А как Вы проводите самопрезентацию, если знаете только номер собеседника? Как лучше обыграть начало разговора конкретно для продаж вашего товара?

4) Подходит ли к случаю с вашим товаром наша рекомендация начала разговора с заходом "не убежал еще?" Какие у Вас есть варианты обыграть начало разговора с секретарями интересующего вас собеседника - конкретно для продаж вашего товара?

5) Как Вы считаете, что лучше для продаж вашего товара - "холодный" звонок или почтовая рассылка?

Тема 7.4.

1) Удавалось ли Вам устанавливать зрительный контакт с собеседником? Если да, то как это влияло на дальнейшее общение?

2) Как Вы считаете, рукопожатие с женщиной (мужчина с женщиной, женщина с женщиной) - норма или недопустимо? Если вы - женщина: подаете ли Вы руку для рукопожатия? Подавали ли Вам мужчины руку для рукопожатия? Если да, то что Вы чувствовали при этом? Если вы - мужчина: подаете ли Вы руку женщинам для рукопожатия? Если да, то в каких случаях? Подавали ли Вам женщины руку для рукопожатия? Если да, то что Вы чувствовали при этом? Кто должен первым подавать руку для рукопожатия по этикету (в мужском обществе, или в присутствии дам)?

3) Определите для себя - какая одежда подойдет лично вам для работы в продажах?

	<p>4) Определите для себя - а кто вы: аудиал, визуал, кинестетик или дигитал? Потренируйтесь определять ведущий канал восприятия через общение со своими близкими или знакомыми.</p> <p>5) А как, по-вашему, можно дальнейшим общением попробовать исправить ситуацию, которая описана в примере выше?</p> <p>6) Удастся ли Вам обычно угадывать, в какой области у вас могут быть общие интересы с незнакомым человеком в тот или иной момент времени? Строите ли Вы общение с незнакомцами на основе общих интересов?</p> <p><u>Тема 7.5</u></p> <p>1) К какому типу - Взрослый, Ребенок или Родитель - Вы отнесли бы себя? Попробуйте определить ведущую психологическую константу личности для своих знакомых. С людьми какого типа личности Вам удобней строить взаимоотношения?</p> <p>2) К какой из перечисленных выше категорий покупателей Вы отнесли бы себя? Попробуйте распределить своих знакомых по категориям покупателей. С какой категорией покупателей Вам было бы удобней строить взаимоотношения?</p> <p>3) Какое место на шкалах Юнга Вы определили бы для себя? Попробуйте определить место на шкалах Юнга для своих знакомых. В дальнейшем постарайтесь убедить их в чем-либо, используя свои предположения об их психотипе личности.</p> <p>4) Можете ли Вы отнести себя к "решающему" стилю личности? Есть ли среди Ваших знакомых люди с "решающим" стилем личности? Если да, то насколько легко или сложно Вам с ними общаться? Какими аргументами, словами или действиями Вы могли бы убедить их (или незнакомых Вам людей "решающего" типа) приобрести у Вас товар?</p> <p>5) Можете ли Вы отнести себя к "мыслительному" стилю личности? Есть ли среди Ваших знакомых люди с "мыслительным" стилем личности? Если да, то насколько легко или сложно Вам с ними общаться? Какими аргументами, словами или действиями Вы могли бы убедить их (или незнакомых Вам людей "мыслительного" типа) приобрести у Вас товар?</p> <p>6) Можете ли Вы отнести себя к "чувствующему" стилю личности? Есть ли среди Ваших знакомых люди с "чувствующим" стилем личности? Если да, то насколько легко или сложно Вам с ними общаться? Какими аргументами, словами или действиями Вы могли бы убедить их (или незнакомых Вам людей "чувствующего" типа) приобрести у Вас товар?</p> <p>7) Можете ли Вы отнести себя к "воспринимающему" стилю личности? Есть ли среди Ваших знакомых люди с "воспринимающим" стилем личности? Если да, то насколько легко или сложно Вам с ними общаться? Какими аргументами, словами или действиями Вы могли бы убедить их (или незнакомых Вам людей "воспринимающего" типа) приобрести у Вас товар?</p>
Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов	<p><u>Тема 7.1</u></p> <p>1) Евгений Котов. "Эмоция и логика". https://youtu.be/bVcB5cw17eM</p> <p>2) Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 2. "Золотые основы продаж. Активные продажи" https://youtu.be/pfZ5F7FrWJU</p>

	<p>3) Евгений Котова. "Типы продавцов и их типичные ошибки": https://youtu.be/7217VBKZOjc <u>Тема 7.2</u></p> <p>1) Евгений Котов. "Этапы продаж (правила продаж)" https://youtu.be/ЕНОР-6pYVzQ Запишите себе шаги (этапы) продаж, которые выделяет автор ролика. Соотнесите этапы продаж, выделенные автором, с теми, которые сформулированы выше в лекции. Какой из вариантов больше нравится лично Вам? Какой этап продаж кажется Вам самым простым? А самым сложным?</p> <p>2) Евгений Котов. "Оценка клиентов по внешности" https://youtu.be/q0YUnzs_GXE</p> <p>3) Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 3. "Этапы продаж" https://youtu.be/OKqXg8pIuXE <u>Тема 7.3</u></p> <p>1) Евгений Котов. "Цель холодного звонка" https://youtu.be/KfbTnjrFc0U</p> <p>2) Евгений Котов. "Скрипты продаж" https://youtu.be/fdiLPTZMgw0</p> <p>3) Евгений Котов. "Продажи по телефону (правила продаж)" https://youtu.be/5W-bNTaAEGs <u>Тема 7.4</u></p> <p>1) Евгений Котов. Тренинг по продажам. Урок 4. "Установление контакта" https://youtu.be/МОАw-РynCmg <u>Тема 7.6</u></p> <p>1) Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 5: "Выяснение потребностей" https://youtu.be/YhrTD8z3CYg</p> <p>2) Евгения Котова "Управление переговорами с помощью вопросов" https://youtu.be/KYIv9GM_ri8 Ответьте на вопрос: Каковы функции вопросов? Зачем продавец задает покупателю вопросы?</p> <p><u>Тема 7.7</u></p> <p>1) Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 6. "Презентация" https://youtu.be/hUEпKIRk3_8 <u>Тема 7.9</u></p> <p>1) Евгений Котов. «Как работать с возражением клиента «Дорого»?» https://youtu.be/JfURMfnLYb4 <u>Тема 7.10</u></p> <p>1) Евгений Котов. Тренинг продаж Урок 7. "Завершение сделки" https://youtu.be/r5uU_mdszVM</p> <p>2) Евгений Котов. "Как увеличить продажи?" https://youtu.be/4ck6078alVM <u>Тема 7.11</u></p> <p>1) Евгений Котов. "Подход к сервису: Хозяин-гость" https://youtu.be/1SJRtdkR1CM</p>
--	---

Тестовые занятия (24 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты текущей и промежуточной аттестации).

Форма контроля: текущая аттестация, зачет по разделу.

Раздел 8. Услуги. Специфика и стратегия продаж услуг (6 ак. ч).

Лекции (4 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

8.1 *Правильные этапы продажи услуг.* Особенности продажи услуг. Лестница продаж.

8.2 *Маркетинг услуг: общая схема.*

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 9. Оперативное управление продажами (12 ак. ч).

Лекции (9 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

9.1 *Воронка продаж.* Суть потребительской воронки. История появления воронки продаж. Преимущества воронки продаж для руководителей. Этапы воронки продаж. Создание воронки продаж на реальном примере. Анализ воронки – залог успеха. Увеличение конверсии. Информация о лидогенерации и лидах. Программы для построения и анализа воронки продаж

9.2 *Суцность управления продажами.*

9.3 *Стратегия продаж.*

9.4 *Система мотивации.*

9.5 *Оперативное управление продажами.*

9.6 *Выбор товара, источники поставок 171*

9.7 *Управление товарным ассортиментом. Распределение торговой площади.*

9.8 *Управление финансами.*

Практико-ориентированные занятия (1 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов	Тема 9.1 1) Валерий Морозов, Юрий Курилов. "Что такое автоматические воронки и автоворонки? Как создать автоматические воронки продаж?" https://youtu.be/iJhn8Oac-1E
--	--

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 10. Реклама товаров, услуг (12 ак. ч).

Лекции (5 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

10.1 *Способы и средства распространения рекламы.* История рекламы. Развитие рекламы в России. Рекламная деятельность. Ответственность участников рекламного процесса. Рекламные средства. Средства распространения рекламной информации. Прогноз успеха рекламы. Характеристика средств распространения рекламы. Основные средства торговой рекламы. Воздействие на потребителя. Особенности наружной рекламы. Реклама на выставках. Новые методы распространения рекламы

10.2 *Эффективная реклама в Интернете. Виды интернет-рекламы.* Баннерная. Контекстная информация. Поисковая реклама. Тематическая реклама. Тизерная реклама. Одномоментная реклама. Долгосрочная реклама. Всплывающая реклама. Реклама в социальных сетях. Реклама на YouTube. Реклама на тематических сайтах. Реклама в рассылках

10.3 Контекстная реклама: что это такое, виды, с чего начать. Что такое контекстная реклама и как она работает. Достоинства и недостатки контекстной рекламы

10.4 Реклама на тентах. Преимущества. Зачем необходима такая реклама? Как создается? Виды транспортной рекламы.

Практико-ориентированные занятия (5 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

Задания для самостоятельного выполнения	<p><u>Тема 10.2</u></p> <p>1) Пользуясь инструментом Яндекс Вордстат или любым другим удобным Вам инструментом, определите 10 ключевых слов или словосочетаний, которые могут помочь в формировании контекстной рекламы вашего товара/услуги.</p> <p>2) Продумайте, составьте и запишите себе текст для рассылки писем на почту потенциальных клиентов для своего товара/услуги.</p>
Вопросы для самостоятельного размышления	<p><u>Тема 10.1</u></p> <p>1) Как вы считаете, где лучше всего было бы разместить рекламу Вашего товара и ли услуг?</p> <p><u>Тема 10.2</u></p> <p>1) Какие поисковые запросы могут быть использованы для отображения вашего товара/услуг?</p> <p>2) На каких тематических сайтах можно было бы поместить рекламную информацию о вашем товаре?</p> <p><u>Тема 10.4</u></p> <p>1) Подойдет ли для рекламы вашего товара/услуги реклама на тентах? Как сочетаются целевая аудитория вашего товара/услуги и аудитория, получающая информацию от тентовой рекламы?</p>
Изучение дополнительной литературы и видеоматериалов	<p><u>Тема 10.3</u></p> <p>1) PromoPult: "Что такое контекстная реклама? Контекстная реклама в «Яндекс» и Google" https://youtu.be/CKrRVQ3SkyM</p>

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Раздел 11. Информационные технологии продаж (8 ак. ч).

Лекции (5 ак. ч)

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

11.1 Информационные технологии.

11.2 Продажи с использованием информационных технологий. Основы делового успеха. Продажи с помощью сети Интернет.

11.3 Значение информационных технологий в коммерции.

11.4 Значение корпоративных порталов, сайтов и баннеров.

11.5 Разработка корпоративных информационных технологий.

Практико-ориентированные занятия (1 ак. ч).

Форма контроля: задания промежуточной аттестации.

Учебное-методическое обеспечение: материалы ЭИОС по ДПП.

Вопросы для самостоятельного размышления	<p><u>Тема 11.1</u></p> <p>1) К какому сектору - B2C, B2B, C2C или C2B - относится Ваш бизнес/товар/услуга?</p>
--	---

Тестовые занятия (2 ак.ч)

Занятия по электронному тестированию (тренировочное практическое занятие + тесты промежуточной аттестации).

Форма контроля: зачет по разделу.

Практикум (60 ак.ч.)

Практические задания по всем разделам курса¹.

Форма контроля: зачет по практикуму.

Итоговая аттестация по программе (8 ак.ч)

7 ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

7.1 Формы аттестации

Контроль выполнения учебного плана и уровень формирования компетенций по ДПП ПП «Менеджер по продажам» организован в виде промежуточной и итоговой аттестации. Дополнительно по разделу 7 организована текущая аттестация после каждой темы раздела.

Проведение текущей аттестации проходит в форме занятия по электронному тестированию после каждой темы 7 раздела, при этом слушатель не может перейти к освоению новой лекции раздела, не пройдя процедуру промежуточной аттестации. Критерием прохождения текущей аттестации является 100 процентное решение тестовых заданий.

Проведение промежуточной аттестации проходит в форме занятия по электронному тестированию после каждого раздела, при этом слушатель не может перейти к освоению новой лекции раздела, не пройдя процедуру промежуточной аттестации. С помощью занятия по электронному тестированию, включающему решение 20 тестов закрытого типа («альтернативный ответ», «множественный выбор»), слушатель может выявить пробелы в знаниях и конкретизировать их, так как по окончании занятия обучающийся получает информацию об освоенных и неосвоенных вопросах. Таким образом, репродуктивные тесты несут двойную функциональную нагрузку, одновременно выступая как в качестве средства для усвоения теоретического материала, так и в качестве контрольно-измерительных материалов для проведения контроля знаний. Критерием прохождения промежуточной аттестации является сумма в 100 баллов из 100 максимально возможных.

После выполнения всех разделов программы предусмотрен практикум, который организован в форме решения ситуационных и практических задач и оценивается преподавателем. Критерии оценивания выполнения практической работы:

- Оценка «зачтено» ставится, если слушатель выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; или были допущены 2-3 недочета, исправленные в процессе консультирования; или слушатель выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.
- Оценка «не зачтено» ставится, если слушатель не выполнил работу или выполнил ее не полностью таким образом, что объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

¹ Полностью практические задания и критерии их оценивания представлены в неотъемлемой части УМКД по программе «Сборник практических заданий по ДПП ПП «Менеджер по продажам»: методическое пособие [Электронный ресурс] / Коллектив авторов. – М., АНО ДПО «Аутлог», 2024.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после выполнения всех контрольных этапов и изучения всех тем в объеме, предусмотренном учебным планом ДПП ПП «Менеджер по продажам».

Итоговая аттестация (квалификационный экзамен) представляет собой итоговое электронное тестирование с применением 50 тестов закрытого типа, позволяющими выявлять теоретическую и практическую подготовку слушателя в соответствии с квалификационными требованиями. Критерием прохождения итоговой аттестации является сумма в 70 баллов из 100 максимально возможных.

Лица, освоившие ДПП ПП «Менеджер по продажам» и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают диплом о профессиональной переподготовке.

Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть ДПП ПП и (или) отчисленным, выдается справка установленного образца об обучении или о периоде обучения.

7.2 Примеры оценочных материалов по

1. Примеры практических заданий²

Ситуационная задача «Производительность труда и имидж руководителя»

Коммерческий директор заметил, что специалисты отдела продаж звонят домой детям, чтобы узнать, все ли у них в порядке. Чтобы сотрудницы не отвлекались в рабочее время от своих обязанностей, он распорядился убрать телефоны из отдела. Повысило ли это производительность труда? Почему? Как это повлияло на имидж коммерческого директора?

Краткое эссе «Потенциал рынка».

Большинство компаний предпринимает маркетинговое исследование для того чтобы определить характеристики рынка и измерить его потенциал. Напишите краткое эссе о том, как Вы понимаете «потенциал рынка».

Поиск клиентов

Пользуясь методами «Наводка», «Цикл нетерпения», «Усыновление сирот» или информационной методикой, составьте базу данных (около 10 предполагаемых клиентов) на свой товар/услугу.

Если своего товара/услуги у Вас нет, выполните учебное задание – составьте базу данных для поиска клиентов для продажи образовательных услуг по дополнительной профессиональной программе «Менеджер по продажам».

Холодный звонок

Представьте, что Вам надо совершить холодный звонок потенциальным клиентам из базы, которую вы составили при выполнении предыдущего задания.

- 1) Составьте план холодного звонка, примерно на 8 пунктов.
- 2) В плане звонка пропишите текст самопрезентации.

Если Вы продаете свой товар/услугу, то в самопрезентации укажите необходимые на ваш взгляд сведения, а если вы выполняете учебное задание по продаже образовательных услуг по дополнительной профессиональной программе «Менеджер по

² Полностью практические задания и критерии их оценивания представлены в неотъемлемой части УМКД по программе «Сборник практических заданий по ДПП ПП «Менеджер по продажам»: методическое пособие [Электронный ресурс] / Коллектив авторов. – М., АНО ДПО «Аутлог», 2024.

продажам» - составьте самопрезентацию от лица менеджера по продажам, работающего в учебном центре.

Работа с возражениями клиента

Приведите несколько доводов потенциального покупателя, почему он не должен купить ваш товар/услугу (или учебное задание – образовательные услуги по дополнительной профессиональной программе «Менеджер по продажам»). Дайте ответ на возражения покупателя.

Способы завершения сделки

Разработайте приемы завершения сделки с учетом специфики и особенностей товара/услуги, который вы продаете (или учебного задания – продажи образовательных услуг по дополнительной профессиональной программе «Менеджер по продажам»).

2. Примерные тесты³

Критерии успешности тестирования итоговой аттестации:

0-69% – не зачтено;

70-100% – зачтено.

Основанием возникновения трудовых отношений между работником и работодателем является (выберите один ответ):

- приказ о принятии на работу
- все ответы правильные
- приказ о вступлении в должность
- трудовой договор

Отстранение от работы может наступить вследствие (выберите один ответ):

- получения работником травмы на производстве
- не прохождения в предусмотренном порядке обучения и проверки знаний и навыков в области охраны труда
- невыполнения работником своих должностных обязанностей
- злоупотребление работником своими должностными обязанностями

Черты, присущие экономическому человеку (можно выбрать несколько вариантов ответа):

- склонен действовать в состоянии аффекта
- действует на конкурентном рынке
- добропорядочен, учитывает интересы всех сторон сделки
- стремится обладать всей полнотой информации
- рационален с точки зрения механизмов принятия решений
- эгоистичен, стремится к максимизации своей выгоды

Верны ли утверждения?

1. Экономический человек, принимая экономические решения, руководствуется собственными представлениями о затратах и выгодах.

³ Полностью аттестационные задания представлены в неотъемлемой части УМКД по программе «Программа аттестации по ДПП ПП «Менеджер по продажам»: методическое пособие [Электронный ресурс] / Коллектив авторов.– М., АНО ДПО «Аутлог», 2024.

2. Экономический человек не лишенный эмоций «калькулятор», а вариативен на основе индивидуального поведения.

- 1 – верно, 2 – верно
- 1 – неверно, 2 – верно
- 1 – верно, 2 – неверно
- 1 – неверно, 2- неверно

Из предложенных вариантов выберите ключевое слово, которое Вы получили в результате игры в распределение потребностей по типам мотивации, или ответьте на вопрос: что является индивидуальной внутренней движущей силой, побуждающей человека к совершению определенных поступков?

- Желание
- Зависть
- Мотив
- Потребность
- Хотение

Из предложенных вариантов форм мотивации выберите те, которые будут актуальны для работника, у которого есть потребность занять адекватное восприятию собственной социальной значимости положение в трудовом коллективе, желание обратить внимание других людей на свои трудовые достижения, глубину специальных знаний, совершенство профессиональных навыков (возможно несколько вариантов ответа):

- выполнение зависимых операций
- индивидуальная ответственность
- индивидуальная работа
- карьерная лестница
- одобрение
- похвала
- сплочение коллектива
- фиксирование итогов

Из предложенных вариантов форм мотивации выберите те, которые будут актуальны для работника, у которого есть потребность в обратной связи, когда человеку нужно видеть плоды своего труда (возможно несколько вариантов ответа):

- индивидуальная ответственность
- карьерная лестница
- работа с наглядным результатом
- сплочение коллектива
- фиксирование итогов
- выполнение зависимых операций

Из предложенных вариантов форм мотивации выберите те, которые будут актуальны для работника, у которого есть потребность в удовлетворении от выполнения и благоприятного завершения работы (возможно несколько вариантов ответа):

- выполнение зависимых операций
- индивидуальная ответственность
- индивидуальная работа
- карьерная лестница
- особые условия поощрения
- сплочение коллектива
- теплое личное отношение

_____ – одна из двух составляющих бухгалтерского учета, учет, который организация устанавливает для своих внутренних целей, для формирования учетной информации, требуемой при принятии управленческих решений.

- Аналитический учет
- Управленческий учет
- Финансовый учет

Факт совершения хозяйственной операции фиксируют _____.

- акты инвентаризации
- бухгалтерские проводки
- первичные документы

Договор _____ - договор, где одна сторона (продавец) обязуется передать товар или вещь в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).

- аренды
- купли-продажи
- сделки
- товарный

В договоре купли-продажи должны быть два обязательных условия: _____ и _____ (выберите два варианта ответа):

- антикоррупционная оговорка
- о порядке передачи товара
- о товаре
- о форс-мажорных обстоятельствах
- о цене

Высокий спрос на некоторую позицию на рынке дает основание для назначения _____ цены на товар.

- максимальной
- минимальной
- равновесной

Валовые затраты, связанные с производством, представляющие собой суммированный показатель временных, постоянных издержек, позволяют понять, какая _____ цена может устанавливаться на товар.

- наибольшая
- наименьшая
- средняя

На каких факторах базируется маркетинговая стратегия того или иного предприятия? Выберите несколько вариантов ответа:

- выбор ассортиментной политики (товар)
- выбор ценовой политики
- определение методов продвижения
- определение функционала руководства отдела маркетинга
- создание системы распространения товаров

Основная задача продажи - _____.

- побудить покупателя к покупке

- получить прибыль
- сбыть произведенный или закупленный товар

Какой этап процесса продаж чаще всего пропускают неопытные продавцы?

- Поиск клиентов
- Установление контакта и выявление потребностей клиентов
- Презентация товара
- Переговоры, убеждение, преодоление возражений
- Заключение сделки

Если ваша процедура продажи требует визитов к клиентам после покупки (например, проследить за доставкой), то в какой момент будет лучше всего попробовать заполучить нового клиента по рекомендации покупателя?

- во время продажи - узнать, кому клиент собирается рассказать о приобретении
- во время повторного визита – поинтересоваться кому клиент рассказал о покупке
- через год после покупки – чтобы клиент смог достойно представить своим друзьям купленный года назад товар
- никогда – чтобы не надоедать клиенту

Телефонный разговор с клиентом включает _____ (выберите один или несколько вариантов ответа):

- заключение сделки
- использование вопросов
- опровержение возражений
- хорошее начало разговора

При разговоре по телефону в первую очередь усилия продавца при разговоре с клиентом должны быть сосредоточены на _____.

- завязывании интриги разговора
- изложении сути предложения
- правильном взаимном представлении собеседников
- установлении взаимопонимания

Процесс установления эффективного контакта и доверительных отношений между продавцом и покупателем включает в себя следующие элементы - _____ (выберите один или несколько вариантов ответа):

- формирование у покупателя благоприятного первого впечатления о продавце
- выявление достаточного количества точек соприкосновения и совпадений между продавцом и покупателем
- выбор эффектной последней фразы, которая лучше всего запоминается в общении
- все перечисленные варианты

Первое впечатление покупателя о личности и поведении продавца, как основы доверительных отношений, формируется по следующим каналам восприятия - _____ (выберите один или несколько вариантов ответа):

- аудиальному
- вербальному
- визуальному

- дигитальному

Какие основные пути есть в распоряжении продавца для понимания индивидуальных потребностей клиента? Выберите один или несколько вариантов ответа:

- умение наблюдать за поведением клиента
- умение навязывать свою точку зрения клиенту
- умение слушать и слышать клиента
- все перечисленные умения

В транзакционном анализе, т.е. анализе ведущей психологической константы личности:

- [1] ориентируется на реальную ситуацию и ее анализ;
- [2] подвержен влиянию стереотипов, предубеждений;
- [3] действует, реагирует на основании эмоций.

Раскройте значения цифр:

- 1 – Взрослый, 2 – Ребенок, 3 – Родитель
- 1 – Взрослый, 2 – Родитель, 3 – Ребенок
- 1 – Ребенок, 2 – Взрослый, 3 – Родитель
- 1 – Родитель, 2 – Ребенок, 3 – Взрослый
- 1 – Ребенок, 2 – Родитель, 3 – Взрослый
- 1 – Родитель, 2 – Взрослый, 3 – Ребенок

В каких случаях целесообразно задавать закрытые вопросы? Выберите один или несколько вариантов ответа:

- для начала разговора
- для перехода к последующим этапам беседы
- если надеетесь, что, задав целую серию таких вопросов, вы получите необходимую информацию
- если вы имеете дело с исключительно неразговорчивым человеком
- если вы хотите быстро проверить, правильно ли поняли собеседника
- если вы хотите докопаться до причин страхов и сомнений покупателя
- когда вы хотите получить однозначный и краткий ответ
- при подведении промежуточных итогов
- при согласовании плана деловой беседы

_____ вопросы - это те, на которые нельзя ограничиться односложным ответом «да» или «нет».

- Открытые
- Полуоткрытые
- Закрытые

Самое важное в презентации, где общение осуществляется "глаза в глаза" с непосредственным покупателем, – это _____.

- внешний вид ведущего
- первые пять минут представления предлагаемого товара
- рекламные подарки – сувениры
- условия продажи и скидки

Успешная презентация основывается на _____.

- двустороннем разговорном взаимодействии продавца и покупателя
- одностороннем воздействии продавца на покупателя
- просмотре видеоролика о предлагаемом товаре

- самостоятельном обследовании покупателем предлагаемого товара

Верны ли утверждения?

1. Возражения - это свидетельство того, что клиент хочет узнать больше о преимуществах вашего предложения, они всегда свидетельствуют об интересе покупателя.

2. Принуждение клиента к изменению своего мнения или категорическое опровержение его заявлений вызывает только раздражение клиента.

- 1 – верно, 2 – верно
- 1 – неверно, 2 – верно
- 1 – верно, 2 – неверно
- 1 – неверно, 2 – неверно

Если клиент приводит ряд возражений, отвечайте _____.

- на все одновременно, приводя ряд фактов и комментариев
- на самый сложный вопрос из всех приведенных
- на то из них, относительно которого у вас есть какое-либо положительное решение
- на то из них, относительно которого у вас нет какого-либо положительного решения

Верны ли утверждения?

1. Споры о цене - сигнал малорезультативного анализа или его полного отсутствия, не попавших в цель аргументов.

2. Чтобы не добиваться согласия клиента в затяжных и многотрудных переговорах о цене, проще переговоры вновь направить на выяснение спроса и потребностей и найти новые убедительные аргументы.

- 1 – верно, 2 – верно
- 1 – неверно, 2 – верно
- 1 – верно, 2 – неверно
- 1 – неверно, 2 – неверно

Чем больше продукт полезен и нужен покупателю, тем _____ его ценность.

- выше
- ниже

Решение о покупке клиент принимает _____.

- в самом конце переговоров
- в середине переговоров
- на первом этапе переговоров
- практически на любом этапе переговоров

Если клиент неожиданно для продавца быстро принимает решение о покупке, то ошибками продавца могут стать _____ (возможно несколько вариантов ответа):

- избыточная аргументация
- немедленное, поспешное заключение сделки или оформление договора
- переход к заключению сделки по достижению соглашения
- прекращение аргументации

Верны ли утверждения?

1. Наличие рекламаций от недовольных клиентов магазина – признак его плохого управления, тогда как их отсутствие – показатель качественной работы и проявление управленческого таланта руководителя.

2. Магазины, которые немедленно после получения претензии от покупателя начинают работу над ситуацией, имеют все шансы сохранить клиента.

- 1 – верно, 2 – верно
- 1 – неверно, 2 – верно
- 1 – верно, 2 – неверно
- 1 – неверно, 2 – неверно

Отсутствие рекламаций у магазина может означать, что _____ (несколько вариантов ответа):

- в магазине критерием для премирования продавцов является отсутствие претензий от покупателей
- клиенты все устраивает, и они довольны товаром-услугой
- клиенты магазина не умеют говорить, читать и писать, не могут слышать и видеть
- покупатели искренне не верят в возможность «добиться правды»
- у клиента нет контактной информации, чтобы отправить претензию

Отличия рынка услуг от рынка товаров – это _____ (выберите несколько вариантов ответа):

- не видно ощутимой разницы между различными поставщиками однотипных услуг
- тот, кто продает услугу и тот, кто ее оказывает – чаще всего разные люди
- услугу можно заранее «протестировать», «посмотреть в действии»
- услугу нельзя «потрогать» и заранее «проверить качество»
- часто тот, кто продает услугу – тот ее и оказывает
- есть явно заметная разница между различными поставщиками однотипных услуг

Верны ли утверждения?

1. Чаще всего при выборе услуг клиенты ориентируются на свои эмоции, возникающие от общения с поставщиками услуг.

2. Профессионализм поставщика услуг клиент начинает оценивать уже на этапе продажи.

- 1 – верно, 2 – верно
- 1 – неверно, 2 – верно
- 1 – верно, 2 – неверно
- 1 – неверно, 2 – неверно

В наглядном виде процесс продажи товаров или услуг похож на _____.

- ленту Мебиуса
- перевернутый конус
- пирамиду
- сферу

В настоящее время цель завершающего этапа воронки продаж – _____.

- получить положительные отзывы
- получить прибыль
- совершить сделку
- создать желание для повторных покупок

На всех этапах продаж используется разный вид рекламы:

- [1] – для вывода продукта или услуги на рынок;
- [2] – в промежутки, когда товар приобрел популярность;
- [3] – в период, когда продукт прочно укрепился на рынке;
- [4] – в виде различных поощрений за покупку этого товара или услуги.

Раскройте значения цифр:

- 1 – напоминающая, 2 – подкрепляющая, 3 – информативная, 4 – увещательная
- 1 – информативная, 2 – увещательная, 3 – напоминающая, 4 – подкрепляющая
- 1 – увещательная, 2 – напоминающая, 3 – подкрепляющая, 4 – информативная
- 1 – подкрепляющая, 2 – информативная, 3 – увещательная, 4 – напоминающая

Вручаемые лично рекламные проспекты, письма, листовки или почтовая рассылка – относятся к категории _____ рекламы.

- малых форм
- наружной
- печатной
- прямой

Комплексная информационная система стратегического управления позволяет осуществлять _____ (несколько вариантов ответа):

- ведение клиентской базы
- организацию и планирование работы с клиентами
- оформление документов, связанных с продажами
- прогнозирование и планирование продаж
- рекламирование товара/услуги на различных интернет-площадках

Экономическая деятельность, осуществляемая через Интернет, в основном классифицируется по четырем направлениям:

- [1] – «Предприятие – Предприятие»;
- [2] – «Предприятие – Потребитель»;
- [3] – «Потребитель – Потребитель»;
- [4] – «Потребитель-Предприятие».

Раскройте значения цифр:

- 1 – С2С, 2 – С2В, 3 – В2В, 4 – В2С
- 1 – В2В, 2 – В2С, 3 – С2С, 4 – С2В
- 1 – В2С, 2 – С2С, 3 – С2В, 4 – В2В
- 1 – С2В, 2 – В2В, 3 – В2С, 4 – С2С

8 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение программы и электронная информационно-образовательная среда

Освоение курсовой программы проводится с применением электронного обучения посредством использования электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС),

обеспечивающей освоение обучающимся образовательной программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающегося.

ЭИОС по ДПП ПП «Менеджер по продажам» включает в себя:

– Образовательная программа дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Менеджер по продажам»: методическое пособие [Электронный ресурс] / Коллектив авторов. – М., АНО ДПО «Аутлог», 2024.

– Курс лекций «Менеджер по продажам»: учебно-методическое пособие для обучающихся по ДПП ПП «Менеджер по продажам» [Электронный ресурс] / [Коллектив авторов. – М., АНО ДПО «Аутлог», 2024. В 2-х ч.

– Программа аттестации по ДПП ПП «Менеджер по продажам»: методическое пособие [Электронный ресурс] / Коллектив авторов.– М., АНО ДПО «Аутлог», 2024.

– Сборник практических заданий по ДПП ПП «Менеджер по продажам»: методическое пособие [Электронный ресурс] / Коллектив авторов. – М., АНО ДПО «Аутлог», 2024.

– Прочие информационные ресурсы, доступные в сети Интернет:

– Электронная правовая база ГАРАНТ.РУ. URL: <http://www.garant.ru/>

– Электронная правовая база КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru>

– Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». URL: <https://elibrary.ru> (для работы с некоторыми ресурсами в НЭБ может потребоваться прохождение процедуры бесплатной регистрации на портале);

– Научная электронная библиотека «Киберленинка». URL: <https://cyberleninka.ru/>

– Электронный портал для поддержки обучения и преподавания Learning Apps.org. URL: <https://learningapps.org/>⁴

Организационные условия реализации ДПП

Обучение осуществляется посредством использования системы дистанционного обучения АНО ДПО «Центр подготовки специалистов «Аутлог», обеспечивающей освоение теоретической части программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся. СДО включает в себя модульную объектно-ориентированную динамическую учебную среду с учетом актуальных обновлений и программных дополнений, обеспечивающую разработку и комплексное использование электронных курсов и их элементов.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды: система дистанционного обучения, моноблоки, высокоскоростная вычислительная сеть Интернет.

Доступ обучающихся к СДО осуществляется средствами всемирной компьютерной сети Интернет. Производится авторизация слушателей. Доступ к личному кабинету слушателя – индивидуальное приглашение с ссылкой для входа в СДО отправляется сотрудником образовательной организации. Формой электронной идентификации является индивидуальное письмо-приглашение в СДО, отправленное на электронную почту обучающегося. Обучающийся переходит по ссылке из письма в СДО, вводит персональный логин (электронную почту) и пароль. Доступ обучающихся к СДО обеспечивается в круглосуточном режиме без выходных дней.

⁴ Услуги LearningApps.org предоставляются без каких-либо гарантий со стороны владельца ресурса и автора учебных модулей, используемых в программе. Также, учетная запись автора учебных модулей и сами учебные модули, созданные при помощи платформы LearningApps.org, могут быть удалены, если они не используются более двух лет.

8.2 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели – специалисты, имеющие высшее образование или среднее профессиональное образование в рамках укрупненных групп направлений подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования «Образование и педагогические науки», или имеющие высшее образование либо среднее профессиональное образование в рамках иного направления подготовки высшего образования и специальностей среднего профессионального образования и дополнительное профессиональное образование по направлению подготовки «Образование и педагогические науки».

Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

8.3 Учебно-методическое обеспечение программы

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 г. № 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»
3. Трудовой кодекс Российской Федерации
4. Гражданский Кодекс Российской Федерации

Учебники, учебные пособия (СДО)

5. BrianTracy.FullManualOfSalesman.pdf
6. Дэн Роэм Визуальное мышление.pdf
7. Игорь Добротворский Практика продаж.pdf
8. Полное руководство для Менеджера по Продажам.doc
9. Продажи и управление продажами - Джоббер Д.zip.pdf
10. Психология бизнеса _управление эмоциями.html
11. Р. Чалдини «Психология Влияния»
12. Р. Чалдини «Психология Убеждения — важные мелочи гарантирующие успех»

Приложения (СДО)

13. Приложение 1. Должностная инструкция (образец).doc
14. Приложение 2. 4 смертных греха менеджера по продажам
15. Приложение 3. Школы менеджмента эволюция и современность.pdf
16. Приложение 4. Оценка и анализ внешней и внутренней среды менеджмента.pdf
17. Приложение 5. Сущность и функции планирования в управлении.pdf
18. Приложение 6. Основные функции менеджмента.pdf
19. Приложение 7. Проблемы и признаки эффективности коммуникаций.pdf
20. Приложение 8. Харизма руководителя и управленческие архетипы.pdf
21. Приложение 9. Счет-фактура.pdf , План счетов.pdf
22. Приложение 10. Виды договоров.pdf

Инструкции

23. «Заполняем акт о приемке материалов по форме М-7»
<https://assistentus.ru/forma/m-7-akt-o-priemke-materialov/>
24. «Инструкция заполнения бланка товарно-транспортной накладной»
<https://assistentus.ru/forma/1-t-tovarno-transportnaya-nakladnaya/>
25. «Инструкция по заполнению приходного ордера» <https://assistentus.ru/forma/m-4-prihodnyj-order/>
26. «Инструкция по заполнению требования-накладной по форме М-11»
<https://assistentus.ru/forma/m-11-trebovanie-nakladnaya/>
27. «Инструкция по заполнению формы М-8» <https://assistentus.ru/forma/m-8-limitno-zabornaya-karta/>

Видеоматериалы:

28. «План счетов. Бухучет для начинающих» https://youtu.be/IW_c2MumfWo
29. PromoPult: "Что такое контекстная реклама? Контекстная реклама в «Яндекс» и Google" <https://youtu.be/СКгRVQ3SkyM>
30. Валерий Морозов, Юрий Курилов. "Что такое автоматические воронки и автоворонки? Как создать автоматические воронки продаж?" <https://youtu.be/iJhn8Oac-1E>
31. Евгений Котов. "Как увеличить продажи?" <https://youtu.be/4ck6078alVM>
32. Евгений Котов. "Оценка клиентов по внешности" https://youtu.be/q0YUnzs_GXE
33. Евгений Котов. "Подход к сервису: Хозяин-гость" <https://youtu.be/1SJRtdkR1CM>
34. Евгений Котов. "Продавец - миф о профессии": <https://youtu.be/Ks3I5QXqrtQ>
35. Евгений Котов. "Продажи по телефону (правила продаж)" <https://youtu.be/5W-bNTaAEGs>
36. Евгений Котов. "Скрипты продаж" <https://youtu.be/fdiLPTZMgw0>
37. Евгений Котов. "Управление переговорами с помощью вопросов" https://youtu.be/КYIv9GM_ri8.
38. Евгений Котов. "Цель холодного звонка" <https://youtu.be/KfbTnjrFc0U>
39. Евгений Котов. "Эмоция и логика". <https://youtu.be/bVcB5cw17eM>
40. Евгений Котов. "Этапы продаж (правила продаж)" <https://youtu.be/ЕНОР-брYVzQ>.
41. Евгений Котов. «Как работать с возражением клиента «Дорого?»» <https://youtu.be/JfURMfnLYb4>
42. Евгений Котов. Тренинг по продажам. Урок 4. "Установление контакта" <https://youtu.be/МОAw-РупСmg>
43. Евгений Котов. Тренинг продаж Урок 7. "Завершение сделки" https://youtu.be/r5uU_mdszVM
44. Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 2. "Золотые основы продаж. Активные продажи" <https://youtu.be/pfZ5F7FrWJU>
45. Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 3. "Этапы продаж" <https://youtu.be/ОКqхg8pIuXE>
46. Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 5: "Выяснение потребностей" <https://youtu.be/YhrTD8z3CYg>
47. Евгений Котов. Тренинг продаж. Урок 6. "Презентация" https://youtu.be/hUEнKIRk3_8
48. Евгений Котова. "Типы продавцов и их типичные ошибки": <https://youtu.be/72l7VBKZOjc>
49. Роман Мельниченко "Виды договора купли-продажи": https://dzen.ru/video/watch/6502c26e55af885f49e4ea41?share_to=lin
50. Сергей Молчанов. «Учет материалов. Методы ФИФО, средней стоимости» https://youtu.be/tUzN_vuPtvG

Интерактивные учебные модули:

51. «Источники правового регулирования трудовых правоотношений»:
<https://learningapps.org/watch?v=pktmeyqkk23>
52. «Основные компоненты мотивации деятельности»:
<https://learningapps.org/watch?v=pw5kkrr5t24>
53. «Первичные и вторичные мотивы трудовой деятельности»:
<https://learningapps.org/watch?v=p908sf0y222>
54. «Порядок заключения трудового договора»:
<https://learningapps.org/watch?v=pbnvtgodn23>
55. «Прекращение трудового договора»:
<https://learningapps.org/watch?v=pmpqqhp3k23>
56. «Психологические аспекты предпринимательской деятельности»:
<https://learningapps.org/watch?v=p1phqr18n24>
57. «Психологические основы коммерческой деятельности»:
<https://learningapps.org/watch?v=pneifj46324>
58. «Психология поведения в коммерческой сфере»:
<https://learningapps.org/watch?v=pcbjpgdt324>
59. «Тренировка интерпретации поведения людей»:
<https://learningapps.org/watch?v=p9jycq1wj22>
60. «Чья это обязанность?»: <https://learningapps.org/watch?v=po2zsxps523>
61. «Этапы мотивационного процесса»:
<https://learningapps.org/watch?v=p0fw1301k24>