

**Учебный план**  
программы повышения квалификации



**«Руководитель отдела продаж»**

№пп	Наименование дисциплины	Общая трудоемкость, в акад. часах	Работа обучающегося в СДО			Формы промежуточной и итоговой аттестации (ДЗ, 3)
			Лекции	Тестирование	Практические занятия	
<b>Модуль 1. Основы управления и стратегия продаж</b>						
1	Цели и задачи руководителя отдела продаж: системный подход	11	4	2	5	3
2	Особенности управления в B2B, B2C, B2G	6	4	2		
3	Разработка структуры отдела продаж под тип бизнеса	6	4	2		
4	Формулировка стратегических целей и построение долгосрочной стратегии	6	4	2		
5	Взаимодействие с другими отделами (маркетинг, финансы)	8	6	2		
<b>Модуль 2. Мотивация, KPI и работа с командой</b>						
6	Материальная и нематериальная мотивация сотрудников	11	4	2	5	3
7	Разработка и внедрение KPI для отдела продаж	6	4	2		
8	Обучение и аттестация менеджеров: от новичков до профи	8	6	2		
9	Делегирование задач и управление конфликтами	8	6	2		
10	Лидерство: баланс между управлением и вдохновением	8	6	2		
<b>Модуль 3. Аналитика и CRM</b>						
11	Внедрение и настройка CRM (Битрикс24, AmoCRM)	11	4	2	5	3
12	Аналитика продаж с использованием Yandex DataLens: создание дашбордов и визуализация метрик	8	6	2		
13	Оптимизация бизнес-процессов с PDCA	8	6	2		
14	Сегментация клиентов (ABC XYZ-анализ)	8	6	2		
15	Автоматизация отчетности и клиентской базы	6	4	2		
<b>Модуль 4. Маркетинг, финансы и управление продажами</b>						
16	Построение воронки продаж: выявление слабых мест	14	6	2	6	3
17	Взаимодействие с маркетингом для роста продаж	8	6	2		
18	Финансовые показатели отдела продаж (NPV, ROI, бюджет)	10	8	2		
19	Техники проектных и кризисных продаж	8	6	2		
20	Переговоры с клиентами высокого уровня (B2B, B2C, B2G)	8	6	2		
<b>Модуль 5. Работа с клиентами и развитие команды</b>						
21	Повышение лояльности клиентов: NPS, обработка негатива	15	6	2	7	3
22	Скрыты продаж и IP-телефония для автоматизации общения	6	4	2		
23	Найм и онбординг сотрудников в отдел продаж	8	6	2		
24	Управление удаленной и гибридной командой	8	6	2		
25	Личная эффективность руководителя: управление временем и стрессом	8	6	2		
<b>Модуль 6. Итоговый проект и специализация</b>						
26	Выбор специализации: B2B, B2C или антикризисное управление	12	6	2	4	3
27	Разработка плана развития отдела продаж (запуск, оптимизация или антикризисный сценарий)	6	4	2		
Итоговая аттестация			10			Итоговое тестирование
<b>ИТОГО</b>			<b>240</b>			

**Календарный учебный график**

№пп	Наименование дисциплины	Общая трудоемкость, в акад. часах	Учебные недели
1	Модуль 1. Основы управления и стратегия продаж	37	1-2
2	Модуль 2. Мотивация, KPI и работа с командой	41	3-4
3	Модуль 3. Аналитика и CRM	41	5-6
4	Модуль 4. Маркетинг, финансы и управление продажами	48	7-8
5	Модуль 5. Работа с клиентами и развитие команды	45	9-10
6	Модуль 6. Итоговый проект и специализация	18	11-12
	Итоговая аттестация	10	12