

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР СКБ КОНТУР»

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»


Е.Ю. Герасимова
1 сентября 2025 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации**

ЭКСПЕРТНЫЕ ПРОДАЖИ

Москва, 2025 г.

Оглавление

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
УЧЕБНЫЙ ПЛАН	5
УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....	6
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	8
Рабочая программа учебной дисциплины «Допродажная работа»	9
Рабочая программа учебной дисциплины «Экспертная технология продаж»	11
Рабочая программа учебной дисциплины «Soft skills для успешных продаж»	15
ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ.....	18
Формы аттестации	18
Критерии оценки слушателей	19
Фонд оценочных средств	21
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	28
Требования к квалификации педагогических кадров	28
Требования к материально-техническим условиям	29
Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям.....	30

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Экспертные продажи» (далее – Программа) разработана специалистами Автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Учебный центр СКБ Контур» (далее — АНО ДПО «Учебный центр СКБ Контур»).

и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки слушателей и включает в себя: учебный план, фонды оценочных средств, формы контроля знаний и требования к его проведению, календарный учебный график и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки слушателей.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ:

- 1) изучение лекционного (теоретического) материала через видео-параграф и/или текстовый-параграф;
- 2) практическое занятие: разбор практических ситуаций, примеров, выполнение практических заданий, решение контрольных вопросов;
- 3) задания для самостоятельной подготовки: домашние задания, контрольные вопросы, тесты, задачи, анализ практических ситуаций, иные формы самостоятельной работы слушателей, с целью глубокого усвоения учебных материалов.

Нормативные документы, регламентирующие разработку программы:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
3. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования-бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утв. Приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 № 970.
4. Профессиональный стандарт «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем», утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29.09.2020 № 679н (код А).
5. Письмо Минобрнауки России от 22.04.2015 № ВК-1032/06 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями-разъяснениями по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов»).
6. Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
7. Методические рекомендации по реализации программ дополнительной профессиональной подготовки с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и сетевой формы от 21.04.2015 № ВК-1013/06.
8. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов, утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн.

Цель обучения: совершенствование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности, направленной на повышение уровня продаж.

Задачи обучения:

- Формирование знаний по технологии продаж
- Формирование умений совершать продажи под потребности клиентов.

Категории слушателей:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Возраст слушателей: 18 лет и старше.

Форма и сроки обучения по программе

Форма обучения: заочная, с использованием дистанционных образовательных технологий и/или электронного обучения.

Срок обучения: 90/5 (ак. час, нед.) и ускоренное обучение 90/4 (ак. час, нед.).

Трудоемкость программы: 57 академических часов (1 академический час равен 45 мин.) самостоятельного обучения, 33 академических часа работы на образовательной онлайн-платформе (включая аттестацию).

Недельная нагрузка: 18 ак. часов и 22-23 ак. часа - ускоренное обучение.

Режим занятий: определяется календарным учебным графиком

Планируемые результаты обучения по программе

Слушатель должен обладать общепрофессиональными компетенциями, включающими в себя способности:

- Осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
- Выявлять и оценивать новые рыночные возможности
- Использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

Слушатель должен обладать профессиональными компетенциями, включающими в себя:

- Сопровождение базы данных покупателей
- Подготовка коммерческих предложений и проведение презентаций
- Установление и поддержание контактов с клиентами для обсуждения их потребностей

В результате освоения программы слушатели должны будут:

знать:

- Понятие воронки продаж
- Этапы технологии продаж
- Источники поиска информации о клиенте
- Техники работы с возражениями клиентов

- Правила составления запросов нейросети
- Основные техники ведения успешных переговоров
- Структуру коммерческого предложения
- Порядок ведения деловой переписки с клиентом
- Инструменты работы с личным стрессом

уметь:

- Применять инструменты технологии продаж в своей работе
- Управлять воронкой продаж
- Использовать различные инструменты поиска информации о клиенте
- Прояснять текущую ситуацию клиента, задавать вопросы на выявление потребности
- Проводить презентацию клиенту под потребность
- Работать с возражениями клиентов на разных этапах

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции	Практические занятия	
1	Допродажная работа	15	10	4	1	Зачет
2	Экспертная технология продаж	56	39	13	4	Зачет
3	Soft-skills для успешных продаж	17	8	5	4	Зачет
4	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	2	—	—	2	Зачет
—	Всего:	90	57	22	11	—

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции	Практические занятия	
1	Допродажная работа	15	10	4	1	Зачет
1.1	Этапы технологии продаж	3	2	1	—	—
1.2	Воронки продаж	3	2	1	—	—
1.3	Сбор информации для захода в компанию	4	2	1	1	—
1.4	Работа с возражениями секретаря	5	4	1	-	—
2	Экспертная технология продаж	56	39	13	4	Зачет
2.1	Установление контакта. Как создать интерес и не потерять клиента	6	5	1	—	—
2.2	Правила задавания вопросов	5	3	1	1	—
2.3	Работа с потребностью	7	5	2	—	—
2.4	Презентация решения под потребность клиента	7	5	2	—	—
2.5	Закрытие сделки. Работа с цепочкой согласований	5	3	1	1	—
2.6	Работа с дожимом	6	5	1	—	—
2.7	Работа с возражениями	5	3	1	1	—
2.8	Работа с возражением «У нас конкурент»	7	5	2	—	—
2.9	Апсейл и кросс-сейл	3	2	1	—	—
2.10	Закрепление экспертной технологии продаж	5	3	1	1	—
3	Soft-skills для успешных продаж	17	8	5	4	Зачет
3.1	Нейросети для написания скриптов продаж	3	2	1	—	—

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе			Форма контроля
			Самостоятельная работа	Работа на образовательной онлайн-платформе		
				Лекции	Практические занятия	
3.2	Основные техники для успешных переговоров	5	2	1	2	—
3.3	Коммерческое предложение. Как рассказать о продукте	2	1	1	—	—
3.4	Самомотивация и работа со стрессом. Часть 1	2	1	1	—	—
3.5	Самомотивация и работа со стрессом. Часть 2	5	2	1	2	—
4	ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	2	—	—	2	Зачет
—	Всего:	90	57	22	11	—

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный график обучения является примерным.

Срок освоения программы — 5 недель. Примерный режим занятий: 3-4 академических часа в день. Промежуточная и итоговые аттестации проводятся согласно графику.

№	Темы / недели	ВР	1	2	3	4	5
1	Допродажная работа	РП	5				
		СР	10				
2	Экспертная технология продаж	РП	3	14			
		СР		4	18	17	
3	Soft skills для успешных продаж	РП				1	8
		СР					8
4	Итоговая аттестация	РП					2

Календарный учебный график при освоении программы в ускоренном режиме со сроком освоения 4 недели

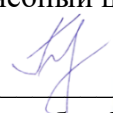
При освоении образовательной программы в ускоренном режиме учебные материалы осваиваются слушателями последовательно в соответствии с учебным планом в течение 4 недель.

При освоении программы в ускоренном режиме посредством электронной информационно-образовательной среды обеспечивается доступ слушателям к учебно-методическим и информационным материалам- текстовой, графической, аудио-, видео - информации по программе через сеть «Интернет» в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учета объемов потребляемого трафика за исключением перерывов для проведения необходимых ремонтных и профилактических работ. Учебно-методические и информационные материалы, в том числе и библиотечный фонд по программе, размещены на адаптированной образовательной платформе «Контур.Школа».

№	Темы / недели	ВР	1	2	3	4
1	Экспертная технология продаж	РП	5			
		СР	10			
2	Управление личными продажами	РП	7	10		
		СР		13	23	3
3	Soft skills для успешных продаж	РП				9
		СР				8
4	Итоговая аттестация	РП				2

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР СКБ КОНТУР»

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»


Е.Ю. Тerasимова
1 сентября 2025 г.



Рабочая программа учебной дисциплины
«Допродажная работа»
образовательной программы дополнительного профессионального образования
повышения квалификации

ЭКСПЕРТНЫЕ ПРОДАЖИ

Москва, 2025 г.

Цель: обеспечение знаний и умений слушателей по проведению допродажной работы и техникам прохода секретарей.

Требования к результатам освоения дисциплины

В результате обучения дисциплине слушатели должны:

Знать:

- Понятие воронки продаж
- Этапы технологии продаж
- Источники поиска информации у клиента
- Техники работы с возражениями секретарей

Уметь:

- Определять воронку продаж
- Применять техники работы с возражениями секретарей

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 15 ак. часов (из них самостоятельное изучение— 10 ак. часов, работа на образовательной онлайн-платформе — 5 ак. часов).

Урок 1.1. Этапы технологии продаж

- Допродажная работа
- Этапы продаж

Урок 1.2. Воронки продаж

- Для чего менеджеру воронка продаж
- Основные данные для формирования воронки продаж
- Примеры воронок
- Воронки продаж при работе с разными базами клиентов

Урок 1.3. Сбор информации для захода в компанию

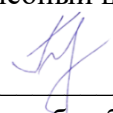
- Зачем готовиться к продаже
- Источники сбора информации
- Применение полученной информации
- Домашнее задание: Изучить клиентов перед звонком и сформировать таблицу с информацией и зачем она может пригодиться

Урок 1.4. Работа с возражениями секретаря

- Техники ухода от возражений
- Отработка типичных возражений секретаря
- Практическое задание: Отработать 3 популярных возражения секретаря по изученным на уроке техникам.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР СКБ КОНТУР»

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»


Е.Ю. Герасимова
1 сентября 2025 г.



Рабочая программа учебной дисциплины
«Экспертная технология продаж»
образовательной программы дополнительного профессионального образования
повышения квалификации

ЭКСПЕРТНЫЕ ПРОДАЖИ

Москва, 2025 г.

Цель: обеспечение знаний и умений слушателей по технологии продаж, использования различных инструментов продаж. Работа с возражениями и дожимом покупателей.

В результате обучения дисциплине слушатели должны:

Знать:

- Алгоритмы выявления и формирования потребностей
- Инструменты проведения презентации
- Алгоритмы работы при отстройке от конкурентного предложения
- Правила коммуникации с покупателями в письменной форме
- Алгоритмы апсейла и кросс-сейла

Уметь:

- Устанавливать контакт с клиентом
- Работать с сопротивлением в начале разговора
- Определять и формировать потребности клиентов в предложении
- Проводить презентацию под потребность клиента
- Работать с разными типами возражений
- Переводить отсрочку по решению в оплату
- Повышать средний чек через предложение более дорогого тарифа или сопутствующего товара/услуги

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 56 ак. часов (из них самостоятельное изучение — 39 ак. часов, работа на образовательной онлайн-платформе — 17 ак. часов).

Урок 2.1. Установление контакта. Как создать интерес и не потерять клиента

- Типы ЛПП
- Алгоритм установления контакта
- Сопротивление
- Продающие цели звонка
- Домашнее задание: придумать цели для каждого типа ЛПП

Урок 2.2. Правила задавания вопросов

- Виды вопросов
- Воронка вопросов
- Важность слушания ответов клиентов
- Применение полученной от клиента информации
- Ошибки при задавании вопросов

Урок 2.3. Работа с потребностью

- Что такое потребность
- Как формируется потребность
- Техника СПИН
- Домашнее задание: Сформировать в таблицах вопросы по технике СПИН.

Урок 2.4. Презентация решения под потребность клиента

- Презентация решения
- Презентация через выгоды
- S.A.V.O.N.E.
- Запрос обратной связи
- Домашнее задание: записать 5 типовых проблем клиента и выгод своего продукта по техникам CXB или «S.A.V.O.N.E.».

Урок 2.5. Закрытие сделки. Работа с цепочкой согласований

- 5 шагов закрытия сделки
- Момент перехода к вопросу о стоимости товара, услуги или сервиса
- Формирование цепочки согласований
- Работа со сроками принятия решения. Расчет и учет рисков
- Домашнее задание: написать спич закрытия сделки.

Урок 2.6. Работа с дожимом

- Определение «Дожим»
- Схема экологичного дожима
- Маркетинговые акции для дожима
- Пример дожима
- Домашнее задание: Написать фразы-отсрочки и скрипт с работы с отсрочками.

Урок 2.7. Работа с возражениями

- Понятие и типы возражений
- Работа с возражениями на разных этапах технологии продаж
- Техники работы с возражениями
- Домашнее задание: сделать отработку возражения в любой из изученных техник

Урок 2.8. Работа с возражением «У нас конкурент»

- Работа с возражениями в начале разговора
- Работа с возражениями по продукту и компании
- Работа с возражениями, связанными с конкурентами
- Пример работы с критериями выбора
- Домашнее задание: Написать 3 цели звонка, скрипт работы с привычкой клиента и скрипт работы с критериями выбора

Урок 2.9. Апсейл и кросс-сейл

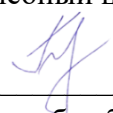
- Апсейл
- Кросс-сейл

Урок 2.10. Закрепление экспертной технологии продаж

- Составление скрипта продажи
- Домашнее задание: написать спич по наработкам, сформированным в ходе курса.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР СКБ КОНТУР»

Утверждаю
Директор АНО ДПО
«Учебный центр СКБ Контур»


Е.Ю. Герасимова
1 сентября 2025 г.



Рабочая программа учебной дисциплины
«Soft skills для успешных продаж»
образовательной программы дополнительного профессионального образования
повышения квалификации

ЭКСПЕРТНЫЕ ПРОДАЖИ

Москва, 2025 г.

Цель: обеспечение знаний и умений слушателей по составлению коммерческого предложения, техникам ведения переговоров и работы со стрессом.

В результате обучения дисциплине слушатели должны:

Знать:

- Основные техники ведения переговоров
- Правила составления коммерческого предложения
- Способы личной мотивации
- Инструменты работы со стрессом

Уметь:

- Использовать нейросети для создания скрипта
- Составлять коммерческое предложение
- Формировать цель на переговоры
- Выбирать и использовать эффективную стратегию переговоров
- Работать с составляющими стресса

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 17 ак. часов (из них самостоятельное изучение — 8 ак. часов, работа на образовательной онлайн-платформе — 9 ак. часов).

Урок 3.1. Нейросети для написания скриптов продаж

- Три важных правила составления запросов нейросети
- Как использовать нейросети для создания скрипта
- Чат-боты для создания скриптов продаж

Урок 3.2. Основные техники для успешных переговоров

- Формирование цели на переговоры
- Подготовка к переговорам
- Стратегия в переговорах
- Завершение переговоров
- Самостоятельная работа: Подготовиться к переговорам по кейсу.

Урок 3.3. Коммерческое предложение. Как рассказать о продукте

- Что такое коммерческое предложение и для чего оно бизнесу
- Структура КП
- Шаблон коммерческого предложения
- Популярные ошибки при составлении коммерческого предложения
- Рекомендации к уроку: Изучить статьи Контур.Школы о правилах оформления писем в деловой переписке и про коммуникацию в телеграм-сообществах

Урок 3.4. Самомотивация и работа со стрессом. Часть 1

- Способы личной мотивации
- Экосистема смыслов
- Комфорт и окружение
- Другие инструменты самомотивации

Урок 3.5. Самомотивация и работа со стрессом. Часть 2

- Стресс и стрессоры
- Работа со стрессом
- Самостоятельная работа: Выбрать техники самомотивации и внедрить в жизнь

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы аттестации

Объектами оценивания выступают:

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

Текущий контроль знаний включает в себя контроль за учебной работой слушателей и проверку качества знаний и умений, которыми слушатели овладели на определенном этапе обучения. Текущий контроль знаний проводится посредством выполнения упражнений на практических занятиях и в иных формах, установленных преподавателем, а также в форме проверочного тестирования на протяжении всего обучения по программе.

Промежуточная аттестация — оценка качества усвоения слушателями содержания учебных блоков непосредственно по завершении их освоения, проводимая в форме зачета посредством тестирования или в иных формах в соответствии с учебным планом и учебно-тематическим планом.

Итоговая аттестация — процедура, проводимая с целью установления уровня знаний слушателей с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения образовательной программы. Итоговая аттестация слушателей осуществляется в форме зачета посредством тестирования и должна выявить теоретическую и практическую подготовку специалиста.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения дисциплин Программы в объеме, предусмотренном для самостоятельных занятий и занятий на образовательной онлайн-платформе, и после сдачи тестов промежуточной аттестации.

Лицам, освоившим образовательную программу повышения квалификации по теме «Экспертные продажи» и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается **удостоверение о повышении квалификации** установленного образца с указанием названия программы, календарного периода обучения, длительности обучения в академических часах.

Для проведения промежуточной и итоговой аттестации Программы разработан фонд оценочных средств, который включает типовые задания, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонд оценочных средств соответствует целям и задачам программы подготовки специалиста, учебному плану и обеспечивает оценку качества общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых слушателями.

Критерии оценки слушателей

Предмет оценивания (компетенции, трудовые функции)	Объект оценивания (навыки, трудовые действия)	Показатель оценки (знания, умения)
— Сопровождение базы данных покупателей (А/01.4) — Подготовка коммерческих предложений и проведение презентаций (А/03.4) — Установление и поддержание контактов с клиентами для обсуждения их потребностей (А/04.4)	— Применение алгоритмов при проведении продаж — Формирование эффективных сценариев переговоров — Совершение звонков с применением экспертной технологии продаж — Работа на конкурентном рынке — Применение инструментов, подходящих под ситуацию клиента — Анализ воронки продаж — Понимание связи показателей воронки продаж и технологии продаж — Составление списочек и речевых модулей для продаж — Составление коммерческого предложения	Знания: — Алгоритмы и инструменты экспертной технологии продаж — Специфики работы с разными типами ЛПР — Алгоритмы работы при конкурентном возражении — Инструменты отстройки от конкурентов — Понятие воронка продаж и показатели, которые необходимо отслеживать — Технология продаж — Алгоритмы ведения переговоров — Инструменты работы на каждом этапе — Структуры КП Умения: — Находить ЛПР и заинтересовывать его в общении — Прояснять потребности клиента — формировать потребность в своем предложении — Доносить выгоду своего предложения — Применять на практике инструменты работы на конкурентном рынке — Вести разные воронки на разные типы продаж и суммы/сроки сделок — Рассчитывать воронку по всем этапам продажи — Осуществлять продающие звонки с применением алгоритмов и инструментов технологии продаж — Составлять коммерческое предложение под потребность клиентов

Оценка качества освоения учебных модулей проводится в процессе промежуточной аттестации в форме зачета.

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

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

Оценка (стандартная)	Требования к знаниям
Зачтено	Оценка « зачтено » выставляется слушателю, продемонстрировавшему твердое и всестороннее знание материала, умение применять полученные в рамках занятий практические навыки и умения. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации демонстрировали отличный уровень знаний и умений слушателя. Не менее 80% правильных ответов при решении тестов.
Не зачтено	Оценка « не зачтено » выставляется слушателю, который в недостаточной мере овладел теоретическим материалом по дисциплине, допустил ряд грубых ошибок при выполнении практических заданий, а также не выполнил требований, предъявляемых к промежуточной аттестации. Достижения за период обучения и результаты текущей аттестации демонстрировали неудовлетворительный уровень знаний и умений слушателя. Менее 80% правильных ответов при решении тестов.

ТЕСТОВЫЕ ВОПРОСЫ

Тест темы 1. Допродажная работа

1. Что такое воронка продаж?
 1. Инструмент, который указывает на разницу между онлайн-продажами и продажами по телефону
 2. Инструмент, который описывает путь покупателя в процессе продажи
 3. Инструмент, который проводит аудит работы менеджера по продажам без участия специалиста
2. Что такое конверсия?
 1. Процент клиентов с оплатами
 2. Процент переходов клиента с одного этапа воронки на другой
 3. Изменение показателей по воронке
3. Какие этапы входят в технологию продаж? (множественный выбор)
 1. Работа с возражениями
 2. Закрытие сделки
 3. Выявление и формирование потребностей
 4. Заполнение CRM системы
4. Выберите правильную цель на этапе «Формирование потребностей».
 1. Показать клиенту, что работать как раньше уже неэффективно и нужно вносить изменения
 2. Показать решение для сформированной потребности через выгоды вашего предложения
 3. Понять текущую ситуацию клиента
5. В каких источниках можно получить информацию о клиенте? (множественный выбор)
 1. CRM-система
 2. Социальные сети и сайт клиента
 3. Платные ресурсы
6. К каким рискам может привести пропуск этапа Подготовка? (множественный выбор)
 1. Трата времени на проход секретаря, попадание в черный список
 2. Отсутствие интереса со стороны клиента с первых фраз, получение отказа
 3. Предложение скидки с первых минут разговора с ЛПП
7. Что такое нетворкинг?
 1. Обмен визитками на мероприятиях
 2. Социальная сеть для обмена контактами
 3. Эффективный способ построения долгосрочных рабочих связей

8. Что обязательно включает в себя цель для секретаря? (множественный выбор)
1. Призыв к действию (просьба соединить)
 2. Минимум информации
 3. Выгоду, которая поможет секретарю понять, какую сумму может заработать компания, покупая ваш товар/услугу

Тест темы 2. Экспертная технология продаж

1. Выберите правильные цели на этапе Установление контакта. (множественный выбор)
1. Привлечь внимание клиента
 2. Создать идею полезности нашего разговора
 3. Получить конкретное решение
 4. Показать себя экспертом в вопросе
2. Выберите действия менеджера на этапе Установление контакта с ЛПР. (множественный выбор)
1. Поздороваться и представиться
 2. Уточнить/узнать имя ЛПР
 3. Рассказать все главные выгоды вашего продукта
 4. Назвать цель звонка + купить время на разговор
3. К какому виду относится цель, включающая в себя узкий профиль по деятельности компании клиента или название закона?
1. Цель-интерес
 2. Цель-эксперт
4. Что из перечисленного является открытым вопросом? (множественный выбор)
1. «Почему остановили выбор именно на эту модель моноблока?»
 2. «Поэтому в данный момент ищите поставщика с возможностью частичной оплаты, верно?»
 3. «Что в вашей компании планируется в ближайшее время?»
5. Выберите правильный порядок вопросов по SPIN.
1. Ситуационные – Прямые – Извлекающие-Направляющие
 2. Системные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие
 3. Ситуационные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие
6. Какой инструмент проведения презентации поможет показать особенности товара/услуги, описать особенности работы и показать выгоду от функции/решения/товара?
1. Волновая презентация
 2. С-Х-В
 3. Выбор без выбора

7. Чем менеджеру поможет инструмент «запрос обратной связи у клиента» на этапе Презентация? (множественный выбор)
1. Удерживать внимание
 2. Вовлекать покупателя в процесс продажи
 3. Понять бюджет компании
 4. Окончательно выявить потребности и возможные проблемы клиента
8. Выберите необходимые выгоды презентации цены. (множественный выбор)
1. Поставить точку в обсуждении
 2. Мы задавали ему вопросы, чтобы подобрать для него решение
 3. Клиент понимает, что это презентация продукта под его конкретные проблемы
9. В чем суть фактора влияния «Воздействие на организацию»?
1. Как внедрение вашего решения повлияет на бизнес-процесс клиента
 2. Кто из участников обладает большими знаниями и пониманием вашего продукта
 3. Защита сферы внутренних интересов компании
10. Чем характеризуется прогресс во время дожима клиента? (множественный выбор)
1. Наличием у клиента коммерческого предложения и счета на оплату
 2. Конкретными действиями со стороны клиента относительно будущей сделки
 3. Действиями клиента с конкретным сроком завершения
11. Как можно избежать возражений по товару/функционалу? (множественный выбор)
1. Тщательно проработать этап Выявления и формирования потребностей
 2. Уточнить заранее, какие возражения есть уже сейчас
 3. Понимать ситуацию клиента и формировать потребность в вашем продукте
12. Что главное в работе с привычкой?
1. Показать основные выгоды своего продукта
 2. Показать, что не нарушатся комфорт и константность и появятся дополнительные выгоды
 3. Сделать честное сравнение продуктов и оставить клиента принимать решение
13. Какие способы работы с критериями подходят, если клиенту важна низкая цена, а ваш продукт дороже конкурента? (множественный выбор)
1. Усиление критерия
 2. Вытеснение критерия
 3. Удовлетворение потребности, лежащей за критерием
14. Что произойдет при применении апсейла или кросс-сейла?
1. Сократится количество клиентов в работе
 2. Уменьшится срок сделки
 3. Увеличится средний чек

Тест темы 3. Soft skills для успешных продаж

1. Как нейросети пригодятся в продажах?
 1. В режиме реального времени будут писать менеджеру, что отвечать клиенту
 2. Помогут написать речевые модули для скрипта, упростить текст
 3. Заменят тренера по продажам
2. Как обучать нейросеть генерировать подходящие ответы при написании речевых модулей?
 1. Включать ей запись пройденного тренинга
 2. Писать ей оскорбительную обратную связь, пока не сгенерирует нужный ответ
 3. Сначала отправить ей примеры эталонных ответов, затем попросить сформулировать аналогичные
3. В чем суть переговоров?
 1. У переговорщиков должна быть цель
 2. Интересы сторон должны хотя бы частично совпадать
 3. Стороны должны быть настроены позитивно
4. Какая стратегия позволяет привлечь внимание оппонента к запущенной проблеме и неконструктивному поведению?
 1. Уступчивость
 2. Соперничество
 3. Избегание
5. Что важно для достижения результата переговоров?
 1. Стремиться достичь цели-максимум
 2. Ориентироваться не на позиции, а на интересы стороны
 3. Представить свое предложение в как можно более выгодном свете
6. Что из перечисленного входит в экосистему смыслов? (множественный выбор)
 1. Цель и ценности
 2. Мотивация и синергия
 3. Контекст и миссия
7. О чем думает человек, когда задается вопросом «Что я хочу делать полезного для других?»
 1. Цели
 2. Миссии
 3. Благотворительности
8. Сколько процентов россиян ежедневно живут под воздействием стресса?
 1. 50-60%
 2. 70-80%
 3. 90-100%

Итоговое тестирование

1. Что такое воронка продаж?
 1. Инструмент, который указывает на разницу между онлайн-продажами и продажами по телефону
 2. Инструмент, который описывает путь покупателя в процессе продажи
 3. Инструмент, который проводит аудит работы менеджера по продажам без участия специалиста
2. Что такое конверсия?
 1. Процент клиентов с оплатами
 2. Процент переходов клиента с одного этапа воронки на другой
 3. Изменение показателей по воронке
3. Выберите правильную цель на этапе «Формирование потребностей».
 1. Показать клиенту, что работать как раньше уже неэффективно и нужно вносить изменения
 2. Показать решение для сформированной потребности через выгоды вашего предложения
 3. Понять текущую ситуацию клиента
4. В каких источниках можно получить информацию о клиенте? (множественный выбор)
 1. CRM-система
 2. Социальные сети и сайт клиента
 3. Платные ресурсы
5. Что такое нетворкинг?
 1. Обмен визитками на мероприятиях
 2. Социальная сеть для обмена контактами
 3. Эффективный способ построения долгосрочных рабочих связей
6. К какому виду относится цель, включающая в себя узкий профиль по деятельности компании клиента или название закона?
 1. Цель-интерес
 2. Цель-эксперт
7. Что из перечисленного является открытым вопросом? (множественный выбор)
 1. «Почему остановили выбор именно на эту модель моноблока?»
 2. «Поэтому в данный момент ищите поставщика с возможностью частичной оплаты, верно?»
 3. «Что в вашей компании планируется в ближайшее время?»
8. Выберите правильный порядок вопросов по SPIN.
 1. Ситуационные – Прямые – Извлекающие-Направляющие
 2. Системные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие
 3. Ситуационные – Проблемные – Извлекающие-Направляющие

9. Какой инструмент проведения презентации поможет показать особенности товара/услуги, описать особенности работы и показать выгоду от функции/решения/товара?
1. Волновая презентация
 2. С-Х-В
 3. Выбор без выбора
10. Выберите необходимые выгоды презентации цены. (множественный выбор)
1. Поставить точку в обсуждении
 2. Мы задавали ему вопросы, чтобы подобрать для него решение
 3. Клиент понимает, что это презентация продукта под его конкретные проблемы
11. В чем суть фактора влияния «Воздействие на организацию»?
1. Как внедрение вашего решения повлияет на бизнес-процесс клиента
 2. Кто из участников обладает большими знаниями и пониманием вашего продукта
 3. Защита сферы внутренних интересов компании
12. Как можно избежать возражений по товару/функционалу? (множественный выбор)
1. Тщательно проработать этап Выявления и формирования потребностей
 2. Уточнить заранее, какие возражения есть уже сейчас
 3. Понимать ситуацию клиента и формировать потребность в вашем продукте
13. Что главное в работе с привычкой?
1. Показать основные выгоды своего продукта
 2. Показать, что не нарушатся комфорт и константность и появятся дополнительные выгоды
 3. Сделать честное сравнение продуктов и оставить клиента принимать решение
14. Что произойдет при применении апсейла или кросс-сейла?
1. Сократится количество клиентов в работе
 2. Уменьшится срок сделки
 3. Увеличится средний чек
15. Как нейросети пригодятся в продажах?
1. В режиме реального времени будут писать менеджеру, что отвечать клиенту
 2. Помогут написать речевые модули для скрипта, упростить текст
 3. Заменят тренера по продажам
16. Как обучать нейросеть генерировать подходящие ответы при написании речевых модулей?
1. Включать ей запись пройденного тренинга
 2. Писать ей оскорбительную обратную связь, пока не сгенерирует нужный ответ
 3. Сначала отправить ей примеры эталонных ответов, затем попросить сформулировать аналогичные

17. В чем суть переговоров?

1. У переговорщиков должна быть цель
2. Интересы сторон должны хотя бы частично совпадать
3. Стороны должны быть настроены позитивно

18. Какая стратегия позволяет привлечь внимание оппонента к запущенной проблеме и неконструктивному поведению?

1. Уступчивость
2. Соперничество
3. Избегание

19. Что важно для достижения результата переговоров?

1. Стремиться достичь цели-максимум
2. Ориентироваться не на позиции, а на интересы стороны
3. Представить свое предложение в как можно более выгодном свете

20. О чем думает человек, когда задается вопросом «Что я хочу делать полезного для других?»

1. Цели
2. Миссии
3. Благотворительности

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Организация, осуществляющая образовательную деятельность, реализующая дополнительную профессиональную программу, укомплектована квалифицированными кадрами. Уровень квалификации работников организации, осуществляющей образовательную деятельность, реализующей дополнительную профессиональную программу, соответствует квалификационным характеристикам по соответствующей должности.

Для реализации Программы задействован следующий кадровый потенциал:

- **Преподаватели учебных дисциплин** — обеспечивают реализацию образовательного процесса.
- **Административный персонал** — обеспечивает условия для эффективной работы педагогического коллектива, осуществляет контроль и текущую организационную работу.
- **Информационно-технологический персонал** — обеспечивает функционирование информационной структуры (включая ремонт техники, оборудования, макетов иного технического обеспечения образовательного процесса, поддержание сайта КонтурШколы и т.п.).

Требования к квалификации педагогических кадров

Требования к образованию и обучению лица, занимающего должность преподавателя: высшее образование — специалитет или магистратура, направленность (профиль) которого, как правило, соответствует преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Дополнительное профессиональное образование — профессиональная переподготовка, направленность (профиль) которой соответствует преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Педагогические работники обязаны проходить в установленном законодательством Российской Федерации порядке обучение и проверку знаний и навыков в области охраны труда.

Рекомендуется обучение по дополнительным профессиональным программам по профилю педагогической деятельности не реже чем один раз в три года.

Требования к опыту практической работы: при несоответствии направленности (профиля) образования преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю) — опыт работы в области профессиональной деятельности, осваиваемой слушателями или соответствующей преподаваемому учебному курсу, дисциплине (модулю).

Преподаватель: стаж работы в образовательной организации не менее одного года, при наличии ученой степени (звания) — без предъявления требований к стажу работы.

Особые условия допуска к работе: отсутствие ограничений на занятие педагогической деятельностью, установленных законодательством Российской Федерации.

Прохождение обязательных предварительных (при поступлении на работу) и периодических медицинских осмотров (обследований), а также внеочередных медицинских осмотров (обследований) в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Прохождение в установленном законодательством Российской Федерации порядке аттестации на соответствие занимаемой должности.

Требования к материально-техническим условиям

Все занимаемые помещения соответствуют обязательным нормам пожарной безопасности и требованиям санитарно-эпидемиологических служб. Помещения имеют централизованные системы водоснабжения, отопления и канализации. Воздухообмен помещений обеспечивается современными системами кондиционирования, за счет приточно-вытяжной вентиляционной системы.

Учебным центром СКБ Контур заключен договор с организацией общественного питания о возможности обеспечения слушателей питанием.

В учебной аудитории проводятся лекции и практические занятия. Аудитория оснащена столами и стульями, в составе учебного оснащения маркерная доска и флипчарт, в случае необходимости подключается мультимедийный проектор, слушателям предоставляются компьютеры.

Компьютерная сеть учебного центра оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу. На каждом компьютере обеспечен постоянный доступ к компьютерной программе «Контур.Школа».

Для проведения вебинаров и онлайн-трансляций используется оснащенная современным оборудованием видеостудия:

- помещение оборудовано посадочными местами для спикера (ов);
- спикеру предоставляется персональный компьютер с соответствующими мультимедийными характеристиками (Intel Core i3 либо идентичные по характеристикам, оперативная память: от 4 Гб и выше для всех ОС), со стабильным соединением с сетью «Интернет» на скорости не менее 1 Мбит/с;
- видеокамера (максимальное разрешение видео — не менее 3840 x 2160).

Размещение материалов вебинаров и доступ к ним участников обеспечивает техническая платформа (сайт, система управления сайтом, другие технические средства):

1. Трансляция вебинара в режиме реального времени.
2. Хранение, систематизация записей вебинаров, с предоставлением участникам возможности просмотра записи онлайн.
3. Хранение, систематизация и доступ к скачиванию материалов учебных программ.
4. Напоминание участникам о предстоящем вебинаре за 1 час до начала мероприятия.
5. Использование защищенных соединений, передача и прием видео и звука по протоколам RTMP(S) или аналогичным.
6. Управление качеством и разрешением передаваемого/принимаемого видео вплоть до разрешения HD 720p на каждого участника мероприятия (адаптивный стриминг).
7. Обмен короткими текстовыми сообщениями (чат).
8. Осуществление записи мероприятий в формате, не требующем конвертации для проигрывания (mp4, AVI, WMA и т.д.).
9. Система регистрации на вебинар.
10. Техническое сопровождение проведения вебинара.
11. Отображение числа участников.
12. Техническая доступность услуги не менее 99,8% времени.
13. Устойчивость при проведении вебинара при единовременном подключении до 3000 участников.

14. Возможность участия пользователей на вебинарах в браузерах Microsoft Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Apple Safari с установленным плагином Adobe Flash Player.
15. Передача аудио- и видеоинформации на персональные компьютеры участников реализована при скорости интернет-соединения не менее 134 кбит/с.

Основные функции программы КонтурШкола:

1. Размещение расписания и описания учебных программ и условий обучения.
2. Онлайн-трансляция учебных занятий с возможностью обратной связи.
3. Размещение тестов и проведение онлайн-тестирования.
4. Размещение и выбор образовательного контента и заданий для слушателей.
5. Хранение учебно-методических материалов.
6. Обратная связь слушателей к организаторам и преподавателям.
7. Автоматическая фиксация хода учебного процесса, промежуточных и итоговых результатов слушателей.
8. Хранение информации о ходе учебного процесса и результатов обучения в течение периода обучения.
9. Сбор и хранение заявок на обучение и сведений о слушателях.
10. Создание и актуализация контента и учебно-методических материалов.
11. Информационно-консультационное обслуживание слушателей.

Требованиям к информационным и учебно-методическим условиям

Список литературы

1. Быстрые результаты в переговорах. Беспригрышная стратегия убеждения без поражения / [Андрей Алексеевич Парабеллум, Евгений Колотилов, Николай Сергеевич Мрочковский]; АСТ, Кладезь; 2014. – 228 с.
2. Мастер звонка. Как объяснять, убеждать, продавать по телефону / [Евгений Жигилий]; Манн, Иванов и Фербер; 2017. - 310 с.
3. СПИН-продажи / [Нил Рекхэм]; Манн, Иванов и Фербер; 2008. – 161 с.
4. Школа продаж/ [Александр Деревницкий]; Манн, Иванов и Фербер; 2013. – 480 с.

Периодические издания

1. Контур Журнал – новости и статьи по продажам <https://kontur.ru/articles/prodazhi>
2. Бизнес портал – новости, статьи <https://zhazhda.biz>
3. Бизнес портал – новости и полезные статьи www.e-xecutive.ru

Интернет-ресурсы

1. Ресурсы Google
2. <https://kontur.ru/talk>
3. <https://glvrd.ru/>
4. <https://kontur.ru/compass>
5. <https://skbkontur-focus.ru/>