

ООО «Лаборатория мультимедиа»

**Федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт управления
Дирекция «Высшая школа управления»
Центр корпоративного и бизнес-
образования



«УТВЕРЖДАЮ»
Директор

В.Л. Леонтьев

«19» мая 2026 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Института управления

М.В. Хайруллина

«19» мая 2026 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации
«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ:
ОТ СТРАТЕГИИ К РЕЗУЛЬТАТУ»**

Москва, 2026

Разработчик

Директор дирекции
«Высшая школа управления»
Института управления РАНХиГС



М.В. Леонова

Генеральный директор
ООО «Лаборатория мультимедиа»



В.Л. Леонтьев

Руководитель программы:

Директор программы
«Высшая школа управления»
Института управления РАНХиГС



А.С. Поеров

Руководитель структурного подразделения:

Директор дирекции
«Высшая школа управления»
Института управления РАНХиГС



М.В. Леонова

Программа повышения квалификации рассмотрена на заседании Ученого совета
Института управления и рекомендована к реализации, протокол № 9 от «19» мая 2026г.

Выписка из протокола № 9
заседания Ученого совета Института управления
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»

от 19 мая 2026 года

По пункту 6 повестки дня

СЛУШАЛИ: директора центра корпоративного и бизнес-образования дирекции «Высшая школа управления» Института управления Гумилевскую О.В. об утверждении дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату», реализуемой дирекцией «Высшая школа управления» Института управления.

Указанная программа прошла проверку и согласование специалистами учебно-методического направления Института управления.

ПОСТАНОВИЛИ: по итогам открытого голосования («за» единогласно) утвердить дополнительную профессиональную программу повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату», реализуемую дирекцией «Высшая школа управления» Института управления.

Председатель Ученого совета
директор Института управления



М.В. Хайруллина

И.о. ученого секретаря



И.В. Гунина

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ	4
1.1 Цель и задачи реализации программы	4
1.2. Нормативные правовые акты.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения	5
1.4. Категория слушателей.....	7
1.5. Формы и технологии обучения	7
1.6. Период обучения, срок освоения и режим занятий.....	7
1.7. Документ о квалификации	7
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.....	8
2.1. Календарный учебный график	8
2.2 Учебный план.....	9
2.3 Содержание программы по темам.....	10
3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	11
3.1. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы.....	11
3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы.....	12
4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ..	14
5. ИНДИКАТОРЫ СФОРМИРОВАННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА ПРОГРАММЫ	15

Приложение 1. Рецензии внутренняя и внешняя

Приложение 2. Кадровая справка

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Цель и задачи реализации программы

Цель программы: совершенствование и (или) получение слушателями компетенций формирования спроса и управления продажами, эффективного управления и контроля за продажами товаров и услуг.

Задачи реализации программы:

- раскрыть базовые понятия и принципы менеджмента продаж;
- охарактеризовать стратегии продаж;
- изучить методы определения целевых признаков организации продаж;
- освоить работу с ключевыми клиентами;
- познакомиться с технологиями персональных продаж;
- научиться управлять отношениями с клиентами;
- обосновать оптимальные технологии продаж в современных условиях;
- изучить методы воздействия на покупательское поведение;
- овладеть приёмами разрешения конфликтов в процессе продаж.

Программа повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату» реализуется в сетевой форме.

Базовой организацией - организацией, осуществляющей образовательную деятельность, в которую обучающийся принят на обучение в соответствии со статьей 55 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и которая несет ответственность за реализацию сетевой образовательной программы, осуществляет контроль за участием организаций-участников в реализации сетевой образовательной программы является Институт управления РАНХиГС.

ООО «Лаборатория мультимедиа» выступает в качестве организации-участника - организации, осуществляющей образовательную деятельность и реализующей часть сетевой образовательной программы (отдельные учебные предметы, курсы, дисциплины (модули), иные компоненты) и обладающей ресурсами для осуществления образовательной деятельности по сетевой образовательной программе.

1.2. Нормативные правовые акты

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации разработана на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

2. Приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 N 266 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам"

3. Постановление Правительства РФ от 11 октября 2023 г. № 1678 "Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ.

4. «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).

5. Профессиональный стандарт «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» (Приказ Минтруда России от 29 сентября 2020 г. N 679н код 06.029).

6. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) (Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 970).

7. Приказ РАНХиГС от 19 апреля 2019 г. № 02-461 «Об утверждении локальных нормативных актов РАНХиГС по дополнительному профессиональному образованию» (с изменениями и дополнениями).

8. Приказ РАНХиГС от 02 декабря 2025 года №02-02669/001 «Об утверждении порядка разработки и утверждения в РАНХиГС дополнительных профессиональных программ - программ повышения квалификации, программ профессиональной переподготовки».

9. Приказ РАНХиГС «Об утверждении Правил приема на обучение по дополнительным профессиональным программам в Академию» №02-00010/001 от 13 января 2026 года.

10. Приказ РАНХиГС «Об утверждении Положения об итоговой аттестации слушателей дополнительных профессиональных программ в Академии» №02-00009/001 от 13 января 2026 года.

11. Приказ РАНХиГС от 22 сентября 2017 года №01-6230 «Об утверждении Положения о применении в Академии электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

12. Приказ РАНХиГС от 20 апреля 2026 года №02-00742/001 «Об утверждении порядка реализации дополнительных профессиональных программ в Академии»

1.3. Планируемые результаты обучения

Выпускник по программе повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату», в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями программы должен обладать следующими основными компетенциями:

Таблица 1

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации и профессиональных компетенций, планируемых к освоению (результаты обучения)

Виды деятельности	Общепрофессиональные/профессиональные компетенции (ОПК, ПК) или трудовые функции (ПСК и СК)	Практический опыт	Знания	Умения
1	2	3	4	5
Организация типовой поставки инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	ПСК-1 ¹ . Организация поставок по тендерам на инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие	- анализ конкурсной документации на закупку инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих - подбор составляющих для инфокоммуникационной системы согласно техническому заданию - подготовка необходимых финансовых документов (банковская гарантия, справки)	- способов поиска информации о конкурсных торгах, аукционах, запросах от клиентов - правил оформления первичной бухгалтерской документации - основ делопроизводства	- использовать базу данных типовых предложений по продаже инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих - оформлять сопроводительные документы на продаваемые инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие - оформлять тендерную документацию - составлять отчетность по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов
УК - универсальные компетенции (формируются и (или) совершенствуются)				
Универсальные компетенции (УК)	УК-1 ² . Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач в области организации производства	— владение методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации о состоянии производственной системы. — владение методикой системного подхода для решения задач по	— методики поиска, сбора и обработки информации и технологиях. — актуальных российских и зарубежных источников информации — метода системного анализа и выявления коренных	- анализировать производственную задачу, выделять её базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи. — находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной

¹ Профессиональный стандарт «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» (Приказ Минтруда России от 29 сентября 2020 г. N 679н код 06.029), обобщенная трудовая функция А, трудовая функция А/02.4

² Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)

		повышению эффективности процессов.	причин проблем	задачи по улучшению процесса.
--	--	--	-------------------	-------------------------------------

1.4. Категория слушателей

Требования к слушателям программы: наличие высшего или среднего профессионального образования, подтвержденное документами государственного образца.

1.5. Формы и технологии обучения

Программа реализуется с использованием сетевой формы. Форма обучения – очно-заочная, с применением электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

1.6. Период обучения, срок освоения и режим занятий

Период обучения – 1 неделя.

Общая трудоемкость программы 36 академических часов: часов контактной работы со слушателем – 18, часов самостоятельной работы - 16, часов итоговой аттестации – 2.

Режим занятий: с понедельника по субботу с 09.00 до 16.00.

1.7. Документ о квалификации

Удостоверение о повышении квалификации федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Календарный учебный график

Таблица 2

Календарный учебный график

1 нед.
<i>УЗ ЭО и ДОТ, СР, ИА ДОТ</i>

Календарный учебный график содержит следующие условные обозначения:

УЗ ЭО и ДОТ – учебные занятия с применением электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ);

СР – самостоятельная работа;

ИА ДОТ – итоговая аттестация с применением дистанционных образовательных технологий;

2.2 Учебный план

Таблица 3

Учебный план

№п/п	Наименование раздела, модуля, дисциплины, темы, практики, стажировки	Общая трудоемкость, час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий), час.					Самостоятельная работа (в т.ч. электронное обучение (ЭО), час	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация (форма/час)	Итоговая аттестация (вид /час.)	Код компетенции
			Всего	В том числе					Всего	В том числе								
				Лекции / в интерактивной форме	Практические (семинарские/лабораторные) занятия /в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час	Индивидуальные и групповые консультации			Лекции/ в интерактивной форме	Практические (семинарские/лабораторные) занятия /в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час	Индивидуальные и групповые консультации					
1.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20
Модули, реализуемые Организацией-участником																		
1	Модуль 1 Управление продажами	28						16	12	4	8							ПСК-1,УК-1
Модули, реализуемые Базовой организацией																		
1	Модуль 1 Управление продажами	6							6		6							ПСК-1,УК-1
	Итого:	34						16	18	4	14							
Модули, реализуемые Базовой организацией																		
	Итоговая аттестация	2															3 (Д)	
	Всего:	36						16	18	4	14						2	

2.3 Содержание программы по темам

Таблица 4

Содержание программы по темам

Номер темы и ее наименование	Содержание темы
Модуль 1 Управление продажами	– Продажи для кого угодно – СЛМ на практике – Клиенты на всю жизнь – Креативное мышление – Работа с возражениями без скриптов

3.ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы

РАНХиГС располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы, итоговой аттестации слушателей, предусмотренных учебным планом вуза и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально необходимый для реализации программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

✓ лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);

✓ помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью);

✓ компьютерные классы с персональными компьютерам.

Программное обеспечение: лицензионные системные программы операционные системы (Windows, иные), обеспечивающие взаимодействие всех других программ с оборудованием и взаимодействие пользователя персонального компьютера с программами. Универсальные офисные прикладные программы и средства ИКТ, например, программа подготовки презентаций; использование Интернет, электронной почты; использование автоматизированных поисковых систем Интернет.

Структура информационно-образовательной среды включает:

- образовательный w-портал (сайт) Академии;
- базы данных электронных информационных ресурсов;
- корпоративную сеть Академии.

W- портал (сайт) обеспечивает через Интернет:

- доступ к электронным информационным и образовательным ресурсам Академии;

- доступ к нормативным и организационно-методическим документам, регламентирующим образовательный процесс в Академии;

- систему электронной почтовой пересылки письменных работ слушателей;

- взаимодействие слушателей с преподавателями, организаторами образовательного процесса и администрацией Академии.

Организация учебного процесса по программе основана на технологиях, позволяющих повысить эффективность получаемого образования.

Слушатели программы получают доступ к информационным ресурсам (источникам) и средствам информатизации.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Примеры вопросы для самостоятельных работ:

1. Понятие и виды логистики. Принципы логистики.
2. Задачи и функции логистики малых предприятий.
3. Основные понятия логистики. Материальный поток, информационный поток, финансовый поток, логистический канал, логистическая цепь.
4. Соотношение понятий «Материальный поток» и «Материальные ресурсы», «Материальный запас». Классификация материальных потоков малых предприятий.
5. Понятие логистических систем малых предприятий.
6. Концепция полных затрат как основа принятия решений в логистике
7. Информация и информационные потоки в логистике малых предприятий: виды и параметры оценки. Информационная логистика.
8. Понятие и виды информационных систем малых предприятий. Принципы построения информационных систем.
9. Преимущества использования технологии штрих-кодирования.
10. Сущность закупочной логистики малых предприятий. Способы организации службы снабжения

Пример задания для практических занятий:

Используя объемно-динамический метод, рассчитать длительность производственного цикла при последовательно-параллельном способе организации работ. Расчеты и результаты свести в таблицу.

Задача 1. Для оптимизации затрат на хранение товарных запасов руководству фирмы необходимо обосновать и принять решение об организации собственного склада или использовании склада общего пользования. Для этого необходимо определить грузооборот безразличия (Гбр) – грузооборот, при котором предприятие одинаково устраивает, иметь ли собственный склад или пользоваться услугами наемного склада. Известно, что удельная стоимость грузопереработки на собственном складе ($S_{гп}$) равняется 7 у.д.е./т, суточная стоимость использования грузовой площади наемного склада (α) составляет 0,7 у.д.е./м², условно-постоянные издержки собственного склада (F_2) – 50000 у.д.е./год, нагрузка на 1 м² площади при хранении на наемном складе (q) – 5 т/м². При расчетах принять: число

рабочих дней в году (Д) – 250 дней, размер запаса в днях оборота (З) -50 дней.

Задача 2. Фирма-производитель А, выпускающая лакокрасочные материалы, расположена на расстоянии 400 км от фирмы В, реализующей такую же продукцию аналогичного качества. Фирма А установила для своей продукции цену в 50 долл., а фирма В – 52 долл. При этом производитель В имеет распределительный склад РС на расстоянии 150 км от своего производственного предприятия и 250 км – от производителя А. Затраты, связанные с функционированием склада, составляют 10 долл. на товарную единицу. Цена доставки товара для обоих производителей равна 0,5 долл./км. Определить границы рынка фирм-производителей.

Задача 3. По данным учета затрат известно, что стоимость подачи одного заказа составляет 250 руб., годовая потребность в комплектующем изделии – 1250 шт., цена единицы комплектующего изделия – 350 руб., стоимость содержания комплектующего изделия на складе равна 15% его стоимости. Определить оптимальный размер заказа на комплектующее изделие.

Нормативно-правовые документы:

Национальные стандарты РФ в области бережливого производства:

1. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 29.12.2025, с изм. от 06.02.2026)

Основная литература:

1. Горбенко, А. О., Безопасность электронного бизнеса : учебное пособие / А. О. Горбенко, А. В. Горбенко. — Москва : КноРус, 2024. — 225 с. — ISBN 978-5-406-11953-2. — URL: <https://book.ru/book/950426> — Текст : электронный.

2. Николаев Н.С., Управление информационной безопасностью [Электронный ресурс] : учебник / Н.С. Николаев. - М. : КноРус, 2021. - 188 с. - ISBN 978-5-406-07325-4. - Режим доступа: <https://book.ru/book/939841>

Дополнительная литература:

3. Мельников В.П., Информационная безопасность [Электронный ресурс] : учебник / В.П. Мельников, А.И. Куприянов, Т.Ю. Васильева. - М. : КноРус, 2023. - 371 с. - ISBN 978-5-406-11960-0. - Режим доступа: <https://book.ru/book/950148>

4. Бабаш А.В., Информационная безопасность. Лабораторный практикум + Приложение [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Бабаш, Е.К. Баранова, Ю.Н. Мельников. - М. : КноРус, 2023. - 131 с. - ISBN 978-5-406-11731-6. - Режим доступа: <https://book.ru/book/949452>

Интернет-ресурсы:

5.ЭБС «Znanium». Коллекция учебников по устойчивому развитию и Lean-менеджменту [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.ru> (по подписке РАНХиГС).

6.Образовательная платформа «Юрайт» — Режим доступа: <https://urait.ru> (по подписке РАНХиГС).

7.Цифровая экономика https://xn--80aarpemcchfmo7a3c9ehj.xn--plai/mediaProjects/mery-podderzhkidlya-roditeley/?utm_source=ano_nationalproject&utm_medium=cpc&utm_campaign=universal_promo_familysupport&utm_content=banner_main

8.Журнал "Цифровая экономика" <http://digital-economy.ru>

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Итоговая форма контроля по программе:

Итоговая аттестация проводится в форме зачета и включает:

- Тестирование

Пример вопросов для итогового тестирования:

Вопрос №1. Что означает термин «продажа»?

- а) реализация товаров конечным потребителям;
- б) купля-продажа товаров;
- в) система убеждений покупателя в преимуществах, которые данный продукт или услуга могут предоставить покупателю в случае совершения покупки;
- г) процесс обслуживания клиентов.

Вопрос №2. Какие функции выполняет служба маркетинга при продажах продукции:

- а) установление квот продаж;
- б) поиск целевого сегмента;
- в) организация рекламных воздействий.

Вопрос №3. Продажа — это механизм обмена, при помощи которого:

- а) удовлетворяются запросы и желания потребителей;
- б) устанавливаются связи между производителями и потребителями;
- в) реализуется товарная продукция.

Вопрос №4. Что является объектом управления продажами?

- а) товар;
- б) технологические процессы по обслуживанию покупателя;
- в) покупатели;

г) купля-продажа товара.

Вопрос №5. Кто относится к субъектам управления продажами?

а) руководители и специалисты, которые осуществляют определенные функции в данной сфере деятельности организации;

б) клиентская база;

в) товар;

г) технологические процессы по обслуживанию покупателей.

Вопрос №6. Продажа - процесс убеждения потенциальных покупателей приобрести товар или услугу.

а) да;

б) нет.

Вопрос №7. Продажи, обусловленные отношениями, — это процесс, посредством которого:

а) обеспечивается максимум продаж за счет интенсификации коммерческих усилий;

б) выстраиваются долгосрочные отношения продавца и покупателя;

в) товары продаются по строго установленной цене.

Вопрос №8. Единовременная продажа товара называется:

а) транзакционной;

б) консультативной;

в) предпринимательской.

Вопрос №9. Транзакционная продажа акцентирует внимание на:

а) установление партнерских отношений между продавцом и клиентом;

б) учет интересов клиентов;

в) традиционные отношения продавца и клиента.

Вопрос №10. Что понимают под термином «управление продажами»?

а) управление торговым персоналом и процессами в области продаж;

б) деятельность по планированию, организации, мотивации и контролю продаж;

Критерии оценки:

Зачет выставляется при наборе 70 и более баллов из 100 возможных.

5. ИНДИКАТОРЫ СФОРМИРОВАННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА ПРОГРАММЫ

В результате освоения программы у слушателя сформированы компетенции:

Таблица 5

Компетенция (код, содержание)	Индикаторы
ПСК-1 Организация поставок по тендерам на инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие	Знать • Правила и принципы управления продажами • Основные принципы и правила

	концепции сервисного подхода Уметь • Организовывать продажи с учетом на товарных рынках в различных каналах и сегментах • Организовывать продажи услуг с учетом ценностей клиента и бизнес-задач организации • Выбирать стратегию и тактику продаж в зависимости от продукта и рыночной ситуации Владеть навыками • Прогнозирования и расчета эффекта тактических решений в продажах • определения значимых для клиента причин покупки • планирования и реализации сервисной позиции в системе продаж
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных профессиональных задач в области организации производства	Знания: - технологии саморазвития и профессионального роста работников Умения: - использовать современные технологии развития участников команды Навыки/трудовые действия: - самооценки, самореализации, а также мотивации членов команды для саморазвития

С В Е Д Е Н И Я
о преподавательском составе и ведущих специалистах (кадровая справка)

Реализация программы обеспечивается преподавательским составом РАНХиГС, а также высококвалифицированными специалистами из числа руководителей и ведущих специалистов государственных органов, учреждений и иных организаций (включая индивидуальных предпринимателей и самозанятых граждан), в том числе иностранных (далее – ведущие специалисты), а также преподавателями ведущих российских и иностранных образовательных организаций.

Ф.И.О. преподавателя/ведущего специалиста	Квалификация по диплому о высшем или среднем профессиональном образовании	Дополнительн/ая/ые квалификация/я/и	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности / по дополнительной квалификации	Наименование преподаваемой дисциплины / темы (модуля), практики / стажировки (при наличии) в данной программе
1	2	3	5	6	9
Лебедева Наталья Николаевна	Психолог, Преподаватель психологии по специальности «Психология» (ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», 2008) Менеджер по специальности «Менеджмент организации» (ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», 2011)	«Методика преподавания в высшей школе на основе компетентностного подхода» (ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», 2018) «Профстандарты на предприятии» (ЧУ ДПО «Институт бизнеса «ИПГ «Спектр», 2021)		17 / 7 лет	Управление продажами
Поеров Алексей Сергеевич	Экономист, Московская Академия предпринимательства при Правительстве г. Москвы 2006г.	ДПП ПК «Использование СДО в образовательном процессе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ЭО и ДОТ)»	Доцент	19 лет	Управление продажами

ВНУТРЕННЯЯ РЕЦЕНЗИЯ

на дополнительную профессиональную программу повышения
квалификации

«Управление продажами: от стратегии к результату»,
разработанную Дирекцией «Высшая школа управления»
Института управления

Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации

В условиях высокой конкуренции и изменчивости потребительских предпочтений эффективное управление продажами становится ключевым фактором устойчивости и развития любой коммерческой организации. Способность выстраивать стратегию продаж, управлять клиентским опытом, работать с возражениями и формировать долгосрочную лояльность покупателей — это компетенции, находящиеся сегодня в зоне повышенного спроса. Рецензируемая программа повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату» направлена на формирование именно таких прикладных навыков у руководителей и специалистов, отвечающих за коммерческие результаты.

Программа содержит все необходимые структурные компоненты: общую характеристику, нормативно-правовое обоснование, планируемые результаты обучения, календарный учебный график, учебный план, содержание тем, организационно-педагогические условия, оценочные материалы и индикаторы сформированных компетенций. Разработка соответствует требованиям Федерального закона № 273-ФЗ, приказа Минобрнауки России № 266, профессионального стандарта «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» (код 06.029) и ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Программа реализуется в сетевой форме с участием ООО «Лаборатория мультимедиа», что усиливает ее практическую направленность.

Цель программы — совершенствование компетенций в области формирования спроса, управления продажами и контроля за реализацией товаров и услуг — достигается через решение широкого спектра задач: от изучения базовых принципов менеджмента продаж и стратегического планирования до освоения технологий персональных продаж, методов работы с ключевыми клиентами и приемов разрешения конфликтов в процессе продаж.

В процессе обучения у слушателей формируются следующие компетенции. **ПСК-1** (организация поставок по тендерам на инфокоммуникационные системы и их составляющие) предполагает знание

способов поиска информации о конкурсных торгах и правилах оформления первичной документации, умение использовать базу типовых предложений, оформлять тендерную документацию и составлять отчетность по продажам, а также владение практическими навыками подбора составляющих для инфокоммуникационных систем согласно техническому заданию. **УК-1** (способность к поиску, критическому анализу и синтезу информации с применением системного подхода для решения профессиональных задач) включает знание методик обработки информации и методов системного анализа, умение осуществлять декомпозицию производственных задач и критически оценивать информацию из российских и зарубежных источников, а также владение методами поиска, сбора и синтеза информации о состоянии производственной системы. Данный набор компетенций полностью согласуется с требованиями профессионального стандарта и реальными запросами работодателей.

Содержательное наполнение программы заслуживает отдельного внимания. Единственный, но емкий модуль «Управление продажами» охватывает пять ключевых тем: «Продажи для кого угодно», «СJM на практике», «Клиенты на всю жизнь», «Креативное мышление» и «Работа с возражениями без скриптов». Такое построение отражает современный взгляд на управление продажами, где акцент смещается от жестких алгоритмов к гибкому, клиентоцентричному подходу, основанному на глубоком понимании потребительского пути и развитии креативных компетенций продавца. Практическая ориентированность программы подтверждается характером заданий, которые развивают аналитическое мышление и навыки принятия обоснованных коммерческих решений.

Трудоемкость программы составляет 36 академических часов, из которых 18 часов отведено на контактную работу, 16 — на самостоятельную подготовку и 2 — на итоговую аттестацию. Формат очно-заочного обучения с применением электронных и дистанционных технологий, а также использование онлайн-курсов с тьюторским сопровождением обеспечивают гибкость и индивидуальный темп освоения материала.

Рецензируемая программа повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату» представляет собой целостный, логически выстроенный и практико-ориентированный образовательный продукт. Она соответствует нормативным требованиям, профессиональным стандартам и насущным потребностям бизнеса. Программа может быть рекомендована к утверждению и реализации для руководителей отделов продаж, менеджеров по работе с клиентами, коммерческих директоров, а

также для всех специалистов, стремящихся повысить эффективность своей деятельности в сфере продаж.

Рецензент:

Коробейникова С.В.
К.э.н., DBA, доцент,
профессор кафедры менеджмента
факультета менеджмента
Института управления РАНХиГС



ВНЕШНЯЯ РЕЦЕНЗИЯ

на дополнительную профессиональную программу повышения
квалификации

«Управление продажами: от стратегии к результату»,
разработанную Дирекцией «Высшая школа управления»

Института управления

Российской академии народного хозяйства и государственной
службы

при Президенте Российской Федерации

В современной экономике, характеризующейся перенасыщением товарных рынков и повышением требований потребителей к качеству сервиса, именно компетенции в области управления продажами нередко становятся главным дифференцирующим фактором между успешными компаниями и теми, кто теряет рыночные позиции. Представленная на рецензию дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату» призвана восполнить запрос бизнеса в специалистах, способных не просто реализовывать продукт, но выстраивать долгосрочные клиентские отношения и управлять продажами как стратегической функцией.

Разработанная Дирекцией «Высшей школы управления» программа ориентирована на формирование у слушателей системного понимания процессов управления продажами — от стратегического планирования до оперативного контроля и работы с возражениями. Цель программы — совершенствование компетенций в области формирования спроса и управления реализацией товаров и услуг — полностью соответствует актуальным запросам рынка, где востребованы не «продавцы-скрипты», а менеджеры, обладающие аналитическим мышлением и клиентоцентричным подходом.

Ключевые результаты освоения программы напрямую вытекают из ее содержательного наполнения. В рамках темы «Продажи для кого угодно» слушатели овладевают принципами сегментации и адаптации коммерческих предложений под различные категории клиентов. Изучение карты клиентского пути (CJM на практике) позволяет формировать навыки анализа и оптимизации каждого этапа взаимодействия покупателя с компанией. Тема «Клиенты на всю жизнь» развивает компетенции в

области управления лояльностью и построения долгосрочных партнерских отношений. Особого внимания заслуживает блок «Работа с возражениями без скриптов», который формирует у слушателей способность к гибкой, эмпатичной и нешаблонной коммуникации — качество, высоко ценимое в премиальных сегментах и B2B-продажах. Раздел «Креативное мышление» дополняет этот набор навыками генерации нестандартных коммерческих решений.

Программа реализуется в сетевой форме с участием ООО «Лаборатория мультимедиа», что обеспечивает доступ к современным образовательным технологиям и актуальным бизнес-кейсам. Разработка опирается на профессиональный стандарт «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» и обеспечена высококвалифицированным преподавательским составом.

Рецензируемая программа повышения квалификации «Управление продажами: от стратегии к результату» отвечает современным требованиям, предъявляемым к программам данного уровня, и может быть рекомендована для обучения руководителей отделов продаж, коммерческих директоров, менеджеров по работе с ключевыми клиентами, а также всех специалистов, чья деятельность связана с управлением спросом и реализацией продукции.

Рецензент:

Каргина Лариса Андреевна,
д.э.н., профессор кафедры
«Экономической информатики»,
Федеральное государственное
бюджетное учреждение высшего
образования «Московский
государственный университет
путей сообщения Императора
Николая II»



/Каргина Л.А.