

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»



УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»
(протокол № 2 от 29.09.2020)
Председатель ученого совета – ректор
Е.Н. Макаренко

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА -
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Цифровизация системы управления оптовыми продажами»

72 час.

Ростов-на-Дону
2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1. Цель программы

Формирование у обучающихся компетенций по разработке системы оптовых продаж:

- по разработке системы управления оптовыми продажами;
- по формированию организационной структуры отдела продаж;
- по распределению территорий/рынков/клиентов между торговыми представителями;
- категоризации клиентов;
- по подбору и обучению персонала торговых предприятий;
- по применению цифровых инструментов маркетинга и управления оптовыми продажами;
- по применению Интернет-сервисов CRM, построенных на платформе «1С: Битрикс24».

2. Планируемые результаты обучения:

Слушатель должен приобрести следующие знания, умения и навыки, необходимые для качественного изменения компетенций:

2.1. Знания

- 2.1.1. функциональной структуры современной системы управления оптовыми продажами;
- 2.1.2. организации функций управления отделом оптовых продаж во взаимодействии с отделом маркетинга;
- 2.1.3. основных функциональных возможностей блока «CRM и маркетинг» конфигурации «1С: Управление торговлей»;
- 2.1.4. основных функциональных возможностей CRM Битрикс24.

2.2. Умения:

- 2.2.1. формировать функции системы управления оптовыми продажами;
- 2.2.2. заполнять справочники, настраивать блок «CRM и маркетинг» в конфигурации «1С: Управление торговлей»;
- 2.2.3. заполнять справочники, настраивать CRM Битрикс24.

2.3 Навыки:

- 2.3.1. налаживание функций «Формулирование плановых заданий», «Формирование организационной структуры отдела продаж. Распределение территорий/рынков/клиентов между торговыми представителями», «Категоризация клиентов», «Контроль выполнения планового задания торговым представителем», «Набор торговых представителей», «Обучение/выработка профессиональных навыков у торгового персонала», «Мотивация торгового персонала».
- 2.3.2. создание нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий, ведение конкурентной разведки, взаимодействие с клиентами в конфигурации «1С: Управление торговлей»;
- 2.3.3. создание структуры отдела продаж, добавление контактов (клиентов), работа с «живой лентой», добавление лидов, рассылка предложений и счетов, ввод сделок, формирование отчета «Воронка продаж» в CRM Битрикс24.

3. Категория слушателей

- 3.1 Образование: высшее.
- 3.2 Квалификация: ограничения не устанавливаются.
- 3.3 Наличие опыта профессиональной деятельности: не требуется.
- 3.4 Предварительное освоение иных дисциплин: рекомендовано наличие базового уровня знаний по дисциплинам «Управление маркетингом», «Управление оптовыми продажами», «1С Торговля» или эквивалент(ной/ым) ей.

4. Учебный план программы «Цифровизация системы управления оптовыми продажами»

№ п/п	Модуль	Всего, час	Виды учебных занятий		
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
	Входной контроль	2	-	-	2 (Тест)
1	Модуль 1. Структура системы управления оптовыми продажами	44	18	22	4
2	Модуль 2. Цифровые инструменты оптовой торговли	24	9	11	4
	Итоговая аттестация	2	-	-	2 (Тест)

5. Календарный план-график реализации образовательной программы

№ п/п	Наименование учебных модулей	Трудоёмкость (час)	Сроки обучения
	Входной контроль	2	2 ноября 2020 г.
1	Модуль 1. Структура системы управления оптовыми продажами	44	2-10 ноября 2020 г.
2	Модуль 2. Цифровые инструменты оптовой торговли	24	11-16 ноября 2020 г.
	Итоговая аттестация	2	16 ноября 2020 г.
Всего:		72	15 дней

6. Учебно-тематический план программы «Цифровизация системы управления оптовыми продажами»

№ п/п	Модуль / Тема	Всего, час	Виды учебных занятий			Форма контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
	Входной контроль	2	-	-	2	Тестирование
1.	Модуль 1. Структура системы управления оптовыми продажами	44	18	22	4	
1.1	Формулирование планового задания (цели) для отдела продаж в целом	4	2	2	-	
1.2	Формулирование планового задания (цели) для торгового представителя	4	2	2	-	
1.3	Формирование организационной структуры отдела продаж	4	2	2	-	
1.4	Распределение территорий/ рынков/ клиентов между торговыми представителями	2	2	-	-	
1.5	Анализ/выбор источников информации о потенциале рынков	2	-	-	2	
1.6	Распределение территорий/ рынков/ клиентов между торговыми представителями	2	-	2	-	
1.7	Категоризация клиентов	4	2	2	-	
1.8	Контроль выполнения планового задания торговым представителем	4	2	2	-	
1.9	Набор торговых представителей	2	2	-	-	
1.10	Методы набора персонала	2	-	-	2	
1.11	Набор торговых представителей	4	-	4	-	
1.12	Обучение торгового персонала	4	2	2	-	
1.13	Выработка профессиональных навыков у торгового персонала	4	2	2	-	
1.14	Мотивация торгового персонала	2	-	2	-	
2.	Модуль 2. Цифровые инструменты	24	9	11	4	

№ п/п	Модуль / Тема	Всего, час	Виды учебных занятий			Форма контроля
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	
	оптовой торговли					
2.1	Система управления продажами 1С:Управление торговлей 11	2	2	-	-	
2.2	CRM для управления продажами. Учет взаимодействия с клиентами. Классификация клиентов	4	2	2	-	
2.3	Маркетинговые мероприятия и каналы рекламных взаимодействий	4	2	2	-	
2.4	Обзор функционала системы «Битрикс24»	2	1	1	-	
2.5	Регистрация в Битрикс24	2	1	1	-	
2.6	Создание компании и ее организационной структуры	2	1	1	-	
2.7	Раздел CRM: ввод номенклатуры товаров, ввод информации о лидах и контрагентах	4	-	-	4	
2.8	Создание задач и проектов	2	-	2	-	
2.9	Внутрикорпоративное общение. Формирование аналитических отчетов	2	-	2	-	
	Итоговая аттестация	2	-	-	2	Тестирование
	Всего	72	27	33	12	

7. Учебная (рабочая) программа повышения квалификации «Цифровизация системы управления оптовыми продажами»

Модуль 1. Структура системы управления оптовыми продажами (44 час.)

Тема 1.1. Формулирование планового задания (цели) для отдела продаж в целом (4 час.)

Основные подходы к формулированию целей деятельности отдела продаж. Связь с корпоративными целями и стратегиями.

Тема 1.2. Формулирование планового задания (цели) для торгового представителя (4 час.)

Основные подходы к формулированию целей деятельности торгового представителя; использования концепций SMART и ключевых показателей эффективности.

Тема 1.3. Формирование организационной структуры отдела продаж (4 час.)

Основные виды структуры отделов продаж (линейная, конвейерная, модульная); преимущества и недостатки каждого вида. Разработка структуры отдела продаж с учетом специализации торгового персонала, горизонтальной, вертикальной и территориальной дифференциации.

Тема 1.4 Распределение территорий/рынков/клиентов между торговыми представителями (2 час.)

Распределение территорий/рынков/клиентов между торговыми представителями.

Тема 1.5 Анализ/выбор источников информации о потенциале рынков (2 часа самостоятельная работа)

Анализ доступных источников информации, которые могут быть использованы при оценке потенциала рынков. Выбор источников информации и методов распределения рынков.

Тема 1.6 Распределение территорий/рынков/клиентов между торговыми представителями (2 час.)

Анализ потенциала территорий, критерии оценки потенциала. Расчет результативности деятельности торгового представителя.

Тема 1.7 Категоризация клиентов (4 час.)

Разработка принципов категоризации клиентов; основные цели категоризации. Алгоритм распределения рабочего времени торгового представителя между различными категориями клиентов.

- Тема 1.8 Контроль выполнения планового задания торговым представителем (4 час.)
Виды контроля активности торгового персонала. Программные продукты, использующие мультимедийные материалы и глобальное позиционирование.
- Тема 1.9 Набор торговых представителей (2 час.)
Этапы набора торгового персонала. Разработка структуры компетенций торгового представителя. Структурированное интервью.
- Тема 1.10 Методы набора персонала (2 часа **самостоятельная работа**)
Анализ существующих подходов к структуризации компетенций сотрудников и методов их оценки.
- Тема 1.11 Набор торговых представителей (4 час.)
Этапы набора торгового персонала. Разработка структуры компетенций торгового представителя. Структурированное интервью.
- Тема 1.12 Обучение торгового персонала (4 час.)
Структура знаний и навыков торгового представителя. структура системы корпоративного обучения. Стратегии и планы корпоративного обучения.
- Тема 1.13 Выработка профессиональных навыков у торгового персонала (4 час.)
Структура и функционирование системы выработки практических навыков у торгового персонала. Технологии коучинг.
- Тема 1.14 Мотивация торгового персонала (2 час.)
Основные теории возникновения и изменения мотивации у человека. Принципы разработки системы мотивации торгового персонала.

Модуль 2. Цифровые инструменты оптовой торговли (24 час.)

- Тема 2.1 Система управления продажами 1С:Управление торговлей 11 (2 час.)
Назначение и функциональность программы 1С: УТ 11. Настройка параметров учета. Направления автоматизации хозяйственной деятельности предприятия. Сервисные возможности.
- Тема 2.2 CRM для управления продажами. Учет взаимодействия с клиентами. Классификация клиентов. (4 час.)
CRM — это концепция управления отношениями с клиентами в условиях активной конкуренции. Регулярный сбор и анализ информации о каждом клиенте. Анализ и оценка эффективности работы с клиентами.
Ввод основных сведений о торговом предприятии. Ввод информации о номенклатурных позициях. Ввод информации о деловых партнерах предприятия. Сделки с клиентами
Соглашения с клиентами. Коммерческие предложения.
- Тема 2.3 Маркетинговые мероприятия и каналы рекламных взаимодействий (4 час.)
Маркетинговые мероприятия в 1С: УТ 11. Методика деления партнеров на сегменты. Использование каналов рекламных воздействий в 1С. Настройка маркетинговых мероприятий. Бонусные программы. Карты лояльности. Установка автоматических и ручных скидок(наценок).
- Тема 2.4 Обзор функционала системы «Битрикс24» (2 час.)
Битрикс24: интерфейс пользователя. Технические требования к оборудованию и системному программному обеспечению. Основные функции и возможности системы «Битрикс24».
- Тема 2.5 Регистрация в Битрикс24 (2 час.)
Ввод сведений о пользователе системы. Приглашение новых сотрудников. Настройка прав и ролей сотрудников.
- Тема 2.6 Создание компании и ее организационной структуры (2 час.).
Изменение типовой структуры компании. Назначение сотрудников в подразделения. Заполнение Графика отсутствий.
- Тема 2.7 Раздел CRM: ввод номенклатуры товаров; ввод информации о лидах и контрагентах (4 часа **самостоятельная работа**)
Создание номенклатурных групп. Иерархия номенклатуры. Ввод сведений о товарах. Ввод сведений о поступивших контактах (лидах). Ввод сведений о контрагентах компании.

Тема 2.8 Создание задач и проектов. (2 час.)

Работа с сервисом задач. Роли сотрудников в задачах: ответственный, постановщик, соисполнитель, наблюдатель. Виды представления задач.

Тема 2.9 Внутрикorporативное общение. Формирование аналитических отчетов (2 час.)

Сервисы; Живая лента, Мой диск, Календарь, Почта. Анализ статистики по продажам. Типовые отчеты. Настройка пользовательского отчета.

Описание практико-ориентированных заданий и кейсов

Номер темы/модуля	Наименование практического занятия	Описание
Модуль 1.	Структура системы управления оптовыми продажами	
1.1	Формулирование целей деятельности менеджера по продажам	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка планового задания для всего отдела продаж. 2. Оценка закупочного потенциала территорий/клиентов, закрепленных за каждым менеджером по продаже. 3. Оценка уровня профессиональных знаний/навыков каждого менеджера по продаже. 4. Принятие обоснованного решения
1.2	Категоризация клиентов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор метода категоризации клиентов и используемых показателей. 2. Оценка закрепленных за каждым менеджером по продаже территорий/клиентов с использованием выбранных показателей. 3. Выбор диапазонов изменения показателей, являющихся основой для включения клиента в ту или иную категорию. 4. Формулирование стандартов/методики категоризации клиентов. 5. Проведение категоризации клиентов, закрепленных за конкретным менеджером по продаже.
1.3	Разработка системы обучения торгового персонала	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ задач, которые будет выполнять менеджер по продаже. 2. Анализ видов деятельности, которые будет реализовывать менеджер по продаже в процессе выполнения поставленных перед ним задач. 3. Разработка структуры компетенций менеджера по продаже. 4. Разработка системы оценки наличия/выраженности у менеджера по продаже искомых компетенций. 5. Формирование методики выбора стратегии и разработки плана обучения торгового персонала.
Модуль 2.	Цифровые инструменты оптовой торговли	
2.1	Практическая работа по конфигурации «1С: Управление торговлей 11»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Настройка параметров учета 2. Ввод основных сведений о торговом предприятии (организации, физических лицах, банковских счетах, кассах организации, подразделениях, складах предприятия) 3. Ввод информации о номенклатурных позициях 4. Ввод информации о деловых партнерах предприятия
2.2	Практические работы по CRM Битрикс24	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регистрация в Битрикс24. Создание компании и ее организационной структуры.

8. Оценочные материалы по образовательной программе

8.1. Вопросы аттестации

Вопросы входного тестирования	Вопросы промежуточного тестирования	Вопросы итогового тестирования
<p>1) Товар по замыслу...</p> <p>a) отвечает на вопрос, что в действительности приобретает покупатель;</p> <p>b) обладает характеристиками: внешнее оформление, марочное название, упаковка;</p> <p>c) - это дополнительные услуги и выгоды;</p> <p>d) обладает характеристиками: качество, физические параметры, свойства.</p> <p>2) IC: Предприятие - это:</p> <p>a) Программа</p> <p>b) Архив</p> <p>c) Учебник по бухгалтерии</p> <p>d) Универсальная информационная система</p> <p>3) Что такое браузер?</p> <p>a) Программа по выбору и настройке интернет-услуг на определенном компьютере</p> <p>b) Сервер, хранящий информацию о соединениях компьютера с интернетом</p> <p>c) Программное обеспечение, позволяющее получать, обрабатывать и отправлять информацию и файлы в сети Интернет</p> <p>d) Программа, позволяющая создать соединение между ПК и поставщиком интернет-услуг</p> <p>4) Назовите основные функции системы управления оптовыми продажами...</p> <p>5) Опишите наиболее эффективные подходы к выбору клиентов, на которых менеджер по продаже должен сосредоточить существенную часть своих усилий....</p> <p>6) Опишите основные виды организационной структуры отдела продаж...</p> <p>7) Для ввода информации по</p>	<p>Промежуточная аттестация по модулям не предусмотрена</p>	<p>1.Обоснуйте последовательность налаживания функций системы управления оптовыми продажами</p> <p>2.Охарактеризуйте распределение усилий менеджера по продаже между различными категориями клиентов при росте и сокращении емкости целевого рынка</p> <p>3.Опишите принципы выбора оптимальной организационной структуры отдела продаж</p> <p>4.Углубленный анализ торговых операций по клиентам в разделе «CRM и маркетинг» в конфигурации «1С: Управление торговлей 11» можно настроить по</p> <p>a) Бизнес-регионам</p> <p>b)по географическому таргетингу</p> <p>c)по Яндекс-картам</p> <p>5.Сделки с клиентами можно заключить в конфигурации:</p> <p>a) 1С: Управление торговлей 11</p> <p>b)CRM Bitrix24</p> <p>c) 1С: Маркетинг. Лидогенерация.</p> <p>d)Все ответы правильные.</p> <p>6.Счетчики метрики настраиваются в конфигурации:</p> <p>a) 1С: Управление торговлей 11 в разделе «CRM и маркетинг»</p> <p>b) 1С: Маркетинг. Лидогенерация.</p> <p>c) CRM Bitrix24</p>

Вопросы входного тестирования	Вопросы промежуточного тестирования	Вопросы итогового тестирования
<p>предприятию в конфигурации "1С: Управление торговлей 11" необходимо войти в режим:</p> <p>а) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Предприятие».</p> <p>б) Выберите на панели навигации пункт «Главное». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Организации».</p> <p>с) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «НСИ» выберите ссылку «Сведения о предприятии».</p> <p>8) Зачем нужен Производственный календарь в конфигурации "1С: Управление торговлей 11"?</p> <p>а) для предоставления клиентам графика работы предприятия;</p> <p>б) для расчета количества работы сотрудникам, например, склада, работающим посменно;</p> <p>с) для определения количества банковских дней и дней просрочки оплаты за товар или отгрузки товаров.</p> <p>9) «Живая лента» – это главная лента обновлений в ...</p> <p>а) корпоративном портале CRM «1С: Битрикс 24»;</p> <p>б) корпоративном портале системы управления продажами 1С:Управление торговлей 11;</p> <p>с) корпоративном портале системы 1С: Маркетинг. Лидогенерация.</p>		

8.2. Описание показателей и критериев оценивания, шкалы оценивания.

На входном этапе контроля сформированности компетенций по тестовым заданиям (вариант состоит из 9 заданий, решение каждого задания оценивается в 1 балл) применяется аналитическая шкала оценивания:

Балл	Критерии оценивания
1	тестовое задание решено верно
0	тестовое задание решено неверно

На входном этапе контроля сформированности компетенций по кейс-задачам применяется аналитическая шкала оценивания:

Балл	Критерии оценивания
5	выставляется обучающемуся, если все кейс-задачи решены верно, выводы обоснованы;

4	выставляется обучающемуся, если есть несущественные ошибки, но в целом задачи решены верно, вывод в достаточной степени обоснован;
3	выставляется обучающемуся, если продемонстрировано частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены. При выполнении задания требовалась значительная помощь преподавателя.
2	выставляется обучающемуся, если задачи решены с ошибками, исправленными после дополнительных вопросов, вывод недостаточно полон;
1	выставляется обучающемуся, если отсутствует понимание проблемы. Попытки выполнения задания были неверными.
0	выставляется обучающемуся, если нет ответа. Не было попытки решить поставленную практическую задачу.

На этапе итоговой аттестации применяется измерительная шкала оценивания сформированности компетенций.

Критерий оценки	Показатели оценки					
	0	1	2	3	4	5
% правильных ответов	0-19	≥20	≥40	≥60	≥70	≥85

8.3. Примеры контрольных заданий по модулям или всей образовательной программе.

Пример аналитического задания по модулю 1:

Андрей К. принят на работу в крупную федеральную компанию (производителя картриджей для лазерных принтеров и копиров) на должность руководителя отдела продаж; на первом этапе своей деятельности он должен предложить руководству проект организационной структуры отдела продаж с распределением плановых заданий между федеральными округами. Плановое задание по продажам продукции на следующий год - 3 млрд. рублей. Какие факторы должен будет учесть Андрей К. при решении данной задачи? Опишите последовательность его действий.

Пример аналитического задания по модулю 2:

Произвести настройку параметров учета. Ввести основные сведения о торговом предприятии (организации, физических лицах, банковских счетах, кассах организации, подразделениях, складах предприятия).

8.4. Тесты и обучающие задачи (кейсы), иные практикоориентированные формы заданий.

Модуль 1.

Пример тестового задания:

Каким образом выбрать оптимальную технологию продажи достаточно диверсифицированного ассортимента продукции для использования торговым персоналом при работе с клиентами?

а) Предложить менеджерам по продаже использовать ту технологию, которая кажется им наиболее результативной.

б) Выбрать технологию продажи на основе своего предшествующего опыта.

в) Выбрать технологию продажи на основе анализа этапа развития рынка и степени новизны/уникальности реализуемого продукта.

г) Разработать корпоративный стандарт технологии продажи, которая должна использоваться торговым персоналом при реализации всех продуктов.

Пример кейс-задачи:

Руководитель отдела продаж обнаружил, что, несмотря на его усилия по внедрению в работу торгового персонала технологии продажи, основанной на расспросе клиента, менеджеры по продаже практически постоянно используют декларативную технологию AIDA.

Вопрос:

Какие действия с наибольшей вероятностью приведут к активизации использования торговым персоналом технологии, основанной на расспросе:

а) проведение дополнительных тренингов;

- б) поощрение менеджеров по продаже за использование более сложной технологии;
- в) активизация усилий линейных менеджеров, направленных на выработку практических навыков у торгового персонала?

Модуль 2.

Пример тестового задания:

Общий диск Битрикс24

- а) это безопасное хранение рабочих файлов в облачном хранилище данных.
- б) это главная лента обновлений в корпоративном портале.
- с) это автоматизированная система управления персоналом.
- д) это визуальная структура компании, иерархия подразделений и отделов

Пример кейс-задачи:

Для ввода информации по предприятию в конфигурации "1С: Управление торговлей 11" необходимо войти в режим:

- а) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Предприятие».
- б) Выберите на панели навигации пункт «Главное». В правой части экрана в группе «Настройка параметров системы» выберите ссылку «Организации».
- с) Выберите на панели навигации пункт «НСИ и администрирование». В правой части экрана в группе «НСИ» выберите ссылку «Сведения о предприятии».

8.5. Описание процедуры оценивания результатов обучения.


Процедура оценивания результатов обучения зависит от типа оценочных материалов. Для тестов с множественным выбором предусмотрено автоматическое оценивание результатов. Для кейс-заданий, тестовых заданий в форме короткого ответа и эссе, аналитических заданий применяется метод ручного оценивания. Разрешено 2 попытки прохождения задания. В качестве результата засчитывается высшая из двух полученных оценок.

Входное и итоговое аттестационные испытания включают тестовые задания с вопросами только закрытого типа.

9. Организационно-педагогические условия реализации программы

9.1. Кадровое обеспечение программы

№ п/п	Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Место основной работы и должность, ученая степень и ученое звание (при наличии)	Ссылки на веб-страницы с портфолио (при наличии)	Фото в формате jpeg	Отметка о полученном согласии на обработку персональных данных
1	Димитриади Николай Ахиллесович	Профессор кафедры Общего и стратегического менеджмента РГЭУ (РИНХ), доктор экономических наук, доцент	https://www.youtube.com/watch?v=ymkCb97uPWQ		Согласен на обработку персональных данных

2	Данилова Татьяна Викторовна	Доцент кафедры Информационных систем и прикладной информатики РГЭУ (РИНХ), сертификат «1С:Профессионал», сертификат 1С-преподавателя.	отсутствует		Согласен на обработку персональных данных
---	-----------------------------	---	-------------	--	---

9.2. Учебно-методическое обеспечение и информационное сопровождение

Учебно-методические материалы	
Методы, формы и технологии	Методические разработки, материалы курса, учебная литература
- лекции в форме вебинаров - тест	Димитриади Н.А. Управление отделом сбыта: использование маркетинговых технологий. Научная монография: ЗАО Книга. – Ростов-на-Дону, 2006 - 157 с.
	Баркан, Д.И. Управление продажами / Д. И. Баркан. – СПб.: Издат. дом Санкт-Петербургского гос. ун-та. –2007. – 908 с.
	Димитриади Н.А., Ароян Н.М., Ходарева Т.А. Функциональная структура систем управления продажами в современных российских компаниях. Научная монография: Изд-во РГЭУ «РИНХ». – Ростов-на-Дону, 2014. – 184 с.
	Димитриади Н.А., Ароян Н.М., Ходарева Т.А. Маркетинговые аспекты типологии систем управления продажами в современных российских компаниях. Научная монография: Изд-во РГЭУ «РИНХ». – Ростов-на-Дону, 2016. – 228 с.
	Богачева Т.Г. "1С:Предприятие 8. Управление торговлей в вопросах и ответах". – М. 1С, 2017
	Гладких А. 1С. Управление торговлей 8.3. 100 уроков для начинающих.
	Воронюк А., Полищук А. Актуальный интернет маркетинг. 2018 г.
	Создание отдела продаж с Битрикс24.CRM. –М:1С:Битрикс, 2017 – 133с https://www.bitrix24.ru/sales/
	Маргарита Акулич. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM). – М.: Издательские решения, 2018, 110с
	Грэг У. Маршалл. «Управление отделом продаж». – М.: ЭКСМО, 2017, 940с
	Роберт Басыров. 1С-Битрикс. Корпоративный портал. Повышение эффективности компании. – СПб: Питер, 2010, 416с
	Рамиль Кинзябулатов. CRM. Подробно и по делу. - М.: Издательские решения, 2016, 170с
	Пол Гринберг. CRM со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет. – М.: Символ Плюс, 2006, 526с.
	1. Духонин Е.Ю., Исаев Д.В., Мостовой Е.Л. и др. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management, Альпина-Паблшер, 2012 г. ЭБС: Альпина Паблшер http://www.lib.alpinabook.ru/it/
	2. Системы управления эффективностью бизнеса: Учеб. пособие / Н.М. Абдикеев; Под науч. ред. Н.М. Абдикеева, О.В. Китовой. - М.: ИНФРАМ, 2010. ЭБС: Znanium.ru
	3. Белов В.С. Информационно-аналитические системы. М.: Евразийский открытый университет, 2010 ЭБС: book.ru
	1. М. Арутюнян, Н. Ермошкин, С. Карминский и др. Демистификация ИТ: Что на самом деле информационные технологии дают бизнесу, АльпинаПаблшер, 2014.
2. Аллан Расселл, Глория Миллер, Джим Дэвис Информационная революция: Путь к корпоративному разуму, Альпина-Паблшер, 2014	

Информационное сопровождение	
Электронные образовательные ресурсы	Электронные информационные ресурсы
Электронный учебно-методический комплекс образовательной программы размещен на портале электронного обучения РГЭУ (РИНХ)– Режим доступа: https://do.rsue.ru	https://4brain.ru/prodazhi/upravlenie.php
	https://sales-generator.ru/blog/upravlenie-prodazhami-v-organizatsii/
	https://in-scale.ru/blog/upravlenie-prodazhami
	https://activesalesgroup.ru/systema-upravleniia-prodazhami/
	http://softforce.ru/blog/sales-management-definition-processes-strategy/
	Официальный сайт 1С.ru
	Официальный сайт https://1cmarketing.ru/
	Официальный сайт https://www.1c-marketing.ru/
	Официальный сайт системы Битрикс24 – https://www.bitrix24.ru
	База знаний о CRM-системах - https://crm-systems.info/bitriks-24/
Обзор on-line сервисов - http://avenuesoft.ru/crm/obzor_bitrix24.html	

9.3. Материально-технические условия реализации программы

Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Лекция	ПЭВМ под управлением операционной системы Microsoft Windows, Linux либо MacOS с установленным веб-браузером (Google Chrome/Mozilla Firefox/Safari/Opera/Яндекс.Браузер/Atom), программа для видеоконференций Zoom..
Практическое занятие	
Самостоятельная работа	

II. Паспорт компетенций (Приложение 2)

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»**ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ****Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Цифровизация системы управления оптовыми продажами»**

1.	Наименование компетенции	Способность разрабатывать системы управления оптовыми продажами	
2.	Указание типа компетенции	профессиональная	
3.	Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции	<p>Знание специфики функциональной структуры системы управления оптовыми продажами и современных подходов к ее формированию.</p> <p>Умение формировать функции системы управления оптовыми продажами</p> <p>Навыки налаживания функций «Формулирование плановых заданий», «Формирование организационной структуры отдела продаж.</p>	
4.	Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням	Уровни сформированности компетенции обучающегося	Индикаторы
		Начальный уровень	Способен разрабатывать системы управления оптовыми продажами, включающие в себя часть необходимых функций: – распределение между торговыми представителями рынков/клиентов, основанное на самостоятельных решениях торгового персонала; – набор торговых представителей, имеющих соответствующий опыт работы и/или связи с принимающими решения о закупках лицами; – организация обучения торгового персонала по мере выявления существенного дефицита важных навыков.
		Базовый уровень	Способен разрабатывать системы управления оптовыми продажами, включающими основные функции, в том числе в условиях определенного дефицита информации о сценариях развития рынков.
		Продвинутый	Способен разрабатывать системы управления оптовыми продажами, включающими основные функции, в том числе в условиях определенного дефицита информации о сценариях развития динамично изменяющихся рынков.
		Профессиональный	Способен разрабатывать системы управления оптовыми продажами, включающими основные функции, в том числе в условиях определенного

		взаимодействующими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.)	дефицита информации о сценариях развития динамично изменяющихся рынков. Способен включать в структуру системы управления оптовыми продажами новые функции, необходимые для эффективного управления в изменяющихся условиях деятельности.
5.	Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции	Связана с компетенциями, имеющими отношение к пониманию специфики функционирования современных рынков и сбору/использованию аналитических данных о рынках.	
6.	Средства и технологии оценки	Тесты, кейс-задачи.	

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ

Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Цифровизация системы управления оптовыми продажами»

1	Наименование компетенции	Способность организовывать оптовые продажи на растущих и зрелых рынках	
2	Указание типа компетенции	профессиональная	
3	Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции	Знание организации функций управления отделом оптовых продаж во взаимодействии с отделом маркетинга; Умение формировать функции системы управления оптовыми продажами Навыки «Распределение территорий/рынков/клиентов между торговыми представителями», «Категоризация клиентов», «Контроль выполнения планового задания торговым представителем», «Набор торговых представителей», «Обучение/выработка профессиональных навыков у торгового персонала», «Мотивация торгового персонала».	
4	Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням	Уровни сформированности компетенции обучающегося	Индикаторы
		Начальный уровень (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.)	Способен определять основные прогнозные величины выручки и расходов при работе на растущих и зрелых рынках
		Базовый уровень (Уверенно владеет навыками, способен, проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределённости, сложности.)	Способен дифференцированно подходить к организации оптовых продаж на растущих и зрелых рынках, учитывая динамику изменения емкости рынков и уровня спроса
		Продвинутый (Владеет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в	Способен балансировать объемы продаж и издержки при организации оптовых продаж на растущих и зрелых рынках

		ситуациях повышенной сложности.)	
		Профессиональный (Владеет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействующими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.)	Способен организовывать оптовые продажи продукции на растущих и зрелых рынках на основе идентификации наиболее перспективных растущих сегментов зрелых рынков, трансформирующихся в отдельные растущие рынки
5	Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции	Связана с компетенциями, имеющими отношение к пониманию специфики функционирования современных рынков и сбору/использованию аналитических данных о рынках.	
6	Средства и технологии оценки	Тесты, кейс-задачи.	

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ

Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Цифровизация системы управления оптовыми продажами»

1	Наименование компетенции	Способность применять цифровые инструменты маркетинга и управления продажами в конфигурации «1С: Управление торговлей»	
2	Указание типа компетенции	профессиональная	
3	Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции	- знать основные функциональные возможности блока «CRM и маркетинг» конфигурации «1С: Управление торговлей», уметь заполнять справочники, настраивать блок «CRM и маркетинг» в конфигурации «1С: Управление торговлей»; - владеть созданием нового вида цен, созданием и настройкой карт лояльности, созданием бонусных программ и маркетинговых мероприятий, ведением конкурентной разведки, взаимодействием с клиентами в конфигурации «1С: Управление торговлей»	
4	Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням	Уровни сформированности компетенции обучающегося	Индикаторы
		Начальный уровень (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.)	Способен ориентироваться в основных блоках программ; Владеет общими приемами работы с программным обеспечением.
		Базовый уровень (Уверенно владеет навыками, способен проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределённости, сложности.)	Производит первоначальную настройку, заполняет справочники в конфигурации «1С: Управление торговлей»,
		Продвинутый	Создание нового вида цен,

		(Владеет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.)	создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий в конфигурации «1С:Управление торговлей»;
		Профессиональный (Владеет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействующими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.)	Создание нового вида цен, создание и настройка карт лояльности, создание бонусных программ и маркетинговых мероприятий, ведение конкурентной разведки, взаимодействие с клиентами в конфигурации «1С:Управление торговлей»;
	Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции	Связана с компетенциями, имеющими отношение к пониманию специфики функционирования современных рынков и сбору/использованию аналитических данных о рынках.	
	Средства и технологии оценки	практические задания	

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ

Дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Цифровизация системы управления оптовыми продажами»

1	Наименование компетенции	Способность применять Интерне-сервисы CRM, построенных на платформе «1С: Битрикс24»	
2	Указание типа компетенции	профессиональная	
3	Определение, содержание и основные сущностные характеристики компетенции	- знать основные функциональные возможности CRM Битрикс24.; - уметь заполнять справочники, настраивать CRM Битрикс24; - владеть созданием структуры отдела продаж, добавление контактов (клиентов), работа с «живой лентой», добавление лидов, рассылка предложений и счетов, ввод сделок, формирование отчета «Воронка продаж» в CRM Битрикс24.	
4	Дескриптор знаний, умений и навыков по уровням	Уровни сформированности компетенции обучающегося	Индикаторы
		Начальный уровень (Компетенция недостаточно развита. Частично проявляет навыки, входящие в состав компетенции. Пытается, стремится проявлять нужные навыки, понимает их необходимость, но у него не всегда получается.)	Способен ориентироваться в основных блоках программ; Владеет общими приемами работы с программным обеспечением.
		Базовый уровень (Уверенно владеет навыками, способен, проявлять соответствующие навыки в ситуациях с элементами неопределённости, сложности.)	Производит первоначальную настройку, Создает структуру предприятия в CRM Битрикс 24

		Продвинутый (Владет сложными навыками, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.)	Создание структуры компании, добавление контактов, работа с «живой лентой», добавление лидов, в CRM Битрикс24
		Профессиональный (Владет сложными навыками, создает новые решения для сложных проблем со многими взаимодействующими факторами, предлагает новые идеи и процессы, способен активно влиять на происходящее, проявлять соответствующие навыки в ситуациях повышенной сложности.)	Создание структуры компании, добавление контактов, работа с «живой лентой», добавление лидов, рассылка предложений и счетов, ввод сделок, формирование отчета «Воронка продаж» в CRM Битрикс2
5	Характеристика взаимосвязи данной компетенции с другими компетенциями/ необходимость владения другими компетенциями для формирования данной компетенции	Связана с компетенциями, имеющими отношение к пониманию специфики функционирования современных рынков и сбору/использованию аналитических данных о рынках.	
6	Средства и технологии оценки	Практические задания	

VI. Иная информация о качестве и востребованности образовательной программы
программа реализуется впервые.

V. Рекомендаций к программе от работодателей: Имеются 2 письма-рекомендации от ООО «Кузнец»; ООО «Центр профессиональной косметологии «Космедекс»

VI. Указание на возможные сценарии профессиональной траектории граждан по итогам освоения образовательной программы

Текущий статус	Цель
состоящий на учете в Центре занятости, безработный	трудоустроенный, самозанятый (фриланс), ИП/бизнесмен
освоение смежных профессиональных областей	повышение уровня дохода, расширение профессиональной деятельности
работающий по найму в организации, на предприятии	развитие профессиональных качеств
	повышение заработной платы

VII. Дополнительная информация - отсутствует

VIII. Приложенные Скан-копии - Утвержденная образовательная программа

СОГЛАСОВАНО:

Проректор
по развитию образовательных программ



Т.В. Торопова

Директор Бизнес-школы



О.Н. Степаненко