


ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ
ИЗМАЙЛОВ МИХАИЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ

УТВЕРЖДАЮ
ИП ИЗМАЙЛОВ М.А.
 М.А. ИЗМАЙЛОВ

«11» июня 2026 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«Отдел Продаж на GetCourse «Т.О.К.»
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ
ВВОДНЫЙ УРОВЕНЬ ОСВОЕНИЯ**

Срок реализации: 2 месяца

Количество часов: 84 академических часа

Возраст обучающихся: от 16 лет

Составил: ИП ИЗМАЙЛОВ М.А.

г. Москва, 2025 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
2.1 УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	10
2.2 СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА ПРОГРАММЫ	15
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ, ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ УЧАЩИХСЯ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	24
4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	27
5. ПРИЛОЖЕНИЕ. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	30

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Основные характеристики дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы «Отдел Продаж на GetCourse «Т.О.К»

Дополнительная общеобразовательная программа – дополнительная общеразвивающая программа «Отдел Продаж на GetCourse «Т.О.К» (далее – Программа) разработана в соответствии со следующими нормативными актами:

Федеральный закон от 27 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Постановление Правительства Российской Федерации от 11 октября 2023 г. № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

Постановление Правительства Российской Федерации от 15 сентября 2020 г. № 1441 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг»;

Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 марта 2022 г. № 678-р;

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

Приказ просвещения Российской Федерации от 03 сентября 2019 г. № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»;

Приказ Минтруда России от 22 сентября 2021 г. № 652н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»;

Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

Приказ Департамента образования города Москвы № 922 от 17 декабря 2014 г. «О мерах по развитию дополнительного образования детей»;

Методические рекомендации Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2015 г. № 09-3242 по проектированию дополнительных общеразвивающих программ;

Примерные требования к содержанию и результативности дополнительных общеразвивающих программ, реализующихся в государственных образовательных организациях, подведомственных Департаменту образования города Москвы от 1 января 2017 г.;

Методические рекомендации по разработке и оформлению дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ, разработанные ГБОУ г. Москвы ДПО (ПК) специалистов Городской Методический Центр Департамента Образования и науки г. Москвы в 2020 г.

иные нормативно-правовые акты Российской Федерации, а также информационно-методические документы федеральных органов власти и органов власти г. Москвы, локальные акты ИП Измайлов М.А.

Актуальность и направленность реализации Программы и уровень ее освоения

Актуальность разработки Программы обусловлена техническим прогрессом, повсеместным распространением информационных технологий и необходимостью предпринимателей и специалистов по продажам выстраивать системные отделы продаж. Программа позволяет освоить современные CRM-процессы, технологии найма, мотивации и управления отделом продаж (далее – ОП), что является востребованным в малом и среднем бизнесе. Программа учитывает современные тенденции цифровизации образования и ориентирована на формирование прикладных компетенций, востребованных в повседневной и профессиональной деятельности. Программа ориентирована не только на совершеннолетних лиц, занимающихся предпринимательской и (или) иной экономической деятельностью, но и на несовершеннолетних лиц старше 16 лет для их ранней профессиональной ориентации и развития в экономической сфере.

Программа имеет **социально-гуманитарную направленность**, что определяет её предметно-тематическое содержание – формирование компетенций в области управления продажами, работы с персоналом и построения бизнес-процессов.

Программа **вводного уровня освоения** определяет содержание и организацию образовательной деятельности, обеспечивает развитие социально-личностных и профессионально-прикладных компетенций обучающихся, включая навыки самоорганизации, технологического планирования, творческой самореализации. Данный уровень характеризуется минимальной сложностью содержания, краткосрочностью освоения и ориентирован на формирование первичных знаний, умений и

навыков в области продаж, а также на мотивацию к дальнейшему обучению. Выбор уровня обусловлен возрастными и индивидуальными особенностями целевой аудитории, отсутствием требований к предварительной подготовке.

Новизна, отличительные особенности Программы, цель, задачи и планируемые результаты ее освоения

Новизна и отличительные особенности Программы

Новизна Программы заключается в интеграции системного подхода к построению отдела продаж (модель «Т.О.К» – технологии, обучение, контроль) с практическими инструментами CRM и управления персоналом, адаптированными для дистанционного формата обучения, а также в использовании модульной структуры, позволяющей обучающемуся гибко выстраивать индивидуальную образовательную траекторию.

Отличительными особенностями данной Программы являются **комплексный подход к подготовке, прикладная направленность обучения, а также ее реализация в дистанционном формате с использованием интерактивных технологий.** Программа имеет модульную структуру: каждый модуль представляет собой логически завершённый блок, включающий теоретический материал и практические задания, а также в Программе сделан акцент на самоконтроль и формирование навыков самостоятельной работы.

Цель, задачи и планируемые результаты освоения Программы

Цель Программы – формирование у обучающихся базовых компетенций по созданию, управлению и масштабированию отдела продаж на основе CRM-процесса «Т.О.К». средствами дистанционного обучения.

Выделяются три вида задач по Программе.

Обучающие:

сформировать у обучающихся знания об этапах построения CRM-процесса и работы с воронкой продаж;

обучить слушателей технологиям найма, отбора и адаптации менеджеров по продажам и руководителя ОП;

познакомить обучающихся с организационными схемами отдела продаж и экономическими моделями;

обучить слушателей принципам постановки планов, мотивации и декомпозиции целей;

сформировать у обучающихся навыки управления руководителем отдела продаж, проведению планерок, контролю результатов;

обучить слушателей технологии продаж и составлению высококонверсионных скриптов;

сформировать у обучающихся навыки самоконтроля и самооценки.

Развивающие:

развить у обучающихся аналитическое мышление и навыки работы с CRM-системами;

развить у слушателей коммуникативные и управленческие способности;

сформировать у слушателей навыки планирования, самоорганизации и рефлексии в процессе самостоятельной работы.

Воспитательные:

воспитывать у обучающихся устойчивый интерес и потребность в саморазвитии;

формировать у слушателей ответственность за выполнение планов продаж и работу команды;

воспитывать у обучающихся ценностное отношение к клиентоориентированности и результативности;

развивать их лидерские качества и умение работать в команде;

развивать коммуникативные качества обучающихся, их умение работать с обратной связью и конструктивно оценивать собственные результаты.

Адресат Программы, условия набора на Программу и формирования групп

Содержание Программы направлено на профессиональную ориентацию лиц, достигших **возраста 16 лет** и желающих освоить или повысить уровень компетенций в области управления продажами, а также предпринимателей, планирующих выстроить отдел продаж в своей компании.

На обучение по Программе принимаются все желающие в возрасте от 16 лет без предъявления требований к наличию специальных способностей и специальной подготовки.

В связи с заочной формой обучения **группы могут формироваться** как по возрастному принципу, так и по принципу открытого набора (разновозрастные группы). Допускается формирование групп переменного состава. Наполняемость групп не ограничивается.

Объем и срок освоения Программы

Программа **вводного уровня освоения** в объеме 84 академических часа может быть освоена обучающимися **в течение 2 месяцев (8 учебных недель)** и направлена на:

формирование и развитие творческих способностей обучающихся в области управления продажами;

выработку практических навыков по найму, мотивации, управлению и контролю;

формирование системного представления об управлении отделом продаж;

создание готовых шаблонов документов и скриптов для использования в работе;

формирование общей культуры обучающихся и удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном и нравственном совершенствовании средствами познания;

эффективную организацию свободного времени обучающихся посредством освоения образовательных технологий, представленных в Программе.

Язык реализации Программы

Образовательная деятельность по Программе осуществляется на государственном языке Российской Федерации – **русском языке**.

Форма обучения

Программа рассчитана на 2 месяца (8 учебных недель) и включает 6 модулей. Каждый модуль представляет собой логически заверченный блок теоретической информации и практических заданий, осваиваемый **в заочной форме с применением дистанционных образовательных технологий**.

Особенности организации образовательного процесса Программы

Реализация Программы осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. **Образовательный процесс организован** в электронной информационно-образовательной среде, обеспечивающей опосредованное (на расстоянии) взаимодействие педагога с обучающимися, доступ к учебным материалам, выполнение заданий и текущий контроль успеваемости без непосредственного контакта с педагогическим работником.

Формы организации и режим занятий по Программе

Образовательный процесс по Программе организуется преимущественно в асинхронном формате с использованием следующих форм:

видеоуроки (лекционные материалы с визуализацией);
текстовые уроки (конспекты, схемы, алгоритмы);
практико-ориентированные задания;
онлайн-консультации (синхронный формат, проводимые по запросу обучающихся).

Режим занятий определяется в соответствии с учебным планом и предполагает последовательное освоение содержательных разделов в заданном темпе с возможностью индивидуальной корректировки в рамках дистанционного формата.

Обучение осуществляется круглосуточно в любое удобное время в пределах учебного периода.

Занятия в рамках освоения Программы могут быть организованы по группам (в случае прослушивания лекции в режиме реального времени, проведения групповой онлайн-консультации) или индивидуально (во всех остальных случаях).

В результате освоения Программы у обучающихся формируется совокупность знаний, умений и навыков, составляющих основу технологической, аналитической и творческой компетентности в области управления продажами, а также готовность к применению полученных компетенций в повседневной практике и осознанному профессиональному самоопределению.

В результате освоения Программы обучающийся будет знать этапы построения CRM-процесса, методы найма и отбора, организационные схемы ОП, принципы мотивации и постановки планов, технологии продаж и создания скриптов.

Будет уметь разрабатывать вакансии, проводить собеседования, составлять организационные схемы, настраивать мотивацию, проводить планерки, использовать скрипты продаж и контролировать оплату.

Будет владеть навыками управления руководителем отдела продаж, декомпозиции планов, антисаботажа и операционного контроля.

Планируемые результаты освоения Программы выражаются в предметных, метапредметных и личностных результатах, которые отражаются в сформированных у обучающихся компетенциях, знаниях, умениях, навыках.

Программа содержит полные рабочие программы всех модулей и тем, включая детальные описания практических заданий, оценочных материалов и методического обеспечения. Электронная информационно-образовательная среда настроена в строгом соответствии с требованиями

законодательства, обеспечивает идентичное наименование программы, доступ к электронной библиотеке и всем заявленным ресурсам.

2.1 Учебный план

№ п/п	Название учебных модулей/разделов/тем	Всего часов			Формы контроля/аттестации
		Всего	Теория	Практика	
Модуль 1. Системная работа ОП по CRM-процессу комплекса «Т.О.К»					
1	Быстрый старт работы по CRM-процессу комплекса «Т.О.К».	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
Модуль 2. Система формирования сильной команды ОП					
1	Система найма команды ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
2	Создание мощной и притягательной вакансии	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
3	Квалификация и отбор кандидатов	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
4	Собеседование менеджеров по продажам	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
5	Собеседование руководителя отдела продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
6	Инструкция и материалы системы найма ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
Модуль 3. Система выгодных организационных схем ОП					

1	Единая организационная схема отдела продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
2	Вариативная «А» – организационная схема отдела продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
3	Вариативная «Б» – организационная схема отдела продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
4	Мультисистема – организационная схема отдела продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
5	Персональная – организационная схема отдела продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
6	Выгодная экономическая модель организации отдела продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
Модуль 4. Система эффективной мотивации команды ОП					
1	Эффективная мотивация ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
2	Основные принципы мотивации	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
3	Главные критерии мощной мотивации	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
4	Правильная оцифровка мотивации ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)

5	Экспертная постановка плана продаж в ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
6	Декомпозиция мотивации и плана ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
Модуль 5. Система правильного управления РОПом					
1	Правильное управление РОПом	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
2	Результативное управление РОПом через мотивацию	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
3	Эффективное операционное управление РОПом	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
4	Организация системы «планерок» в ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
5	Взращивание РОПа из подходящего в ОП менеджера	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
6	Тактика антисаботажа на управленческом уровне в ОП	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
7	Ключевые уровни контроля РОПа	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
Модуль 6. Система технологий продаж и высококонверсионных скриптов					
1	Система быстрых продаж	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)

2	Квадрат Фокусировки	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
3	Приветствие	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
4	Конкретизация сценария	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
5	«Портрет» клиента	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
6	Локация и ниша	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
7	Бюджет	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
8	Предварительное выявление задач	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
9	Извлечение боли и задач	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
10	Презентация под задачи	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
11	Аргументация	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)

12	Подтверждение	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
13	Закрытие сделки здесь и сейчас	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
14	Контроль оплаты = деньги в кассе	2	1	1	Текущий контроль (самоконтроль)
Итоговая аттестация					
1	Прохождение итоговой аттестации – экзамена	4	0	4	Текущий контроль (самоконтроль)
ИТОГО:		84	40	44	Текущий контроль (самоконтроль)

2.2 Содержание Учебного плана Программы

Образовательный процесс организуется в соответствии с учебным планом.

Форма обучения: заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Режим занятий: освоение программы осуществляется в асинхронном режиме. Обучающимся предоставляется доступ к электронной информационно-образовательной среде, содержащей видеоуроки, текстовые материалы, банк заданий для самостоятельной работы.

Формы организации занятий: видеоуроки, текстовые уроки, выполнение практических заданий, онлайн-консультации (по запросу).

Входной контроль: не предусмотрен (набор свободный). Текущий контроль осуществляется в рамках каждого модуля (самоконтроль по итогам выполнения заданий).

Содержание раскрывает структуру учебных модулей с указанием теоретических и практических видов занятий.

Содержание модулей, включенных в Учебный план

Модуль 1. Системная работа ОП по CRM-процессу комплекса «Т.О.К»

Тема 1.1. Быстрый старт работы по CRM-процессу комплекса «Т.О.К»

Теоретическая часть

Понятие CRM-процесса, этапы воронки продаж (Т.О.К – технология, обучение, контроль). Цели, задачи, структура и формат обучения; знакомство с ЭИОС, инструкции по работе с платформой.

Практическая часть

Создать первичную карту CRM-процесса для своей компании (или учебного примера) в формате таблицы (этапы, ответственные, сроки).

Заполнить чек-лист готовности №1 (прилагается в оценочных материалах).

Загрузить заполненный чек-лист в ЭИОС.

Оценочные материалы: чек-лист готовности (10 пунктов), эталон карты CRM-процесса.

Модуль 2. Система формирования сильной команды ОП

Тема 2.1. Система найма команды ОП

Теоретическая часть

Обзор полного цикла найма: от потребности до выхода на работу.

Практическая часть

Составить пошаговый план найма для своего отдела продаж (5-7 шагов с указанием сроков и ответственных).

Тема 2.2. Создание мощной и притягательной вакансии

Теоретическая часть

Структура вакансии, привлекающие формулировки, каналы размещения.

Практическая часть

Разработать текст вакансии для менеджера по продажам (объём до 1 страницы) с использованием привлекающих формулировок.

Тема 2.3. Квалификация и отбор кандидатов

Теоретическая часть

Методы скрининга резюме, тестовые задания, оценка soft skills.

Практическая часть

Составить 5 тестовых заданий для оценки навыков кандидата и форму оценочного листа.

Тема 2.4. Собеседование менеджеров по продажам

Теоретическая часть

Сценарий интервью, кейсы, оценка навыков продаж.

Практическая часть

Написать сценарий собеседования (не менее 10 вопросов).

Тема 2.5. Собеседование руководителя отдела продаж

Теоретическая часть

Компетенции РОПа, управленческие кейсы, мотивационные вопросы.

Практическая часть

Разработать 5 управленческих кейсов для собеседования РОПа.

Тема 2.6. Инструкция и материалы системы найма ОП

Теоретическая часть

Создание базы шаблонов (должностные инструкции, оценочные листы, опросники).

Практическая часть

Подготовить пакет документов (должностная инструкция менеджера, оценочный лист, опросник).

Модуль 3. Система выгодных организационных схем ОП

Тема 3.1. Единая организационная схема

Теоретическая часть

Линейная структура, распределение ролей.

Практическая часть

Нарисовать организационную схему своего отдела продаж (или шаблонную) с указанием ролей, подчинения и зон ответственности.

Тема 3.2. Вариативная «А» - организационная схема отдела продаж

Теоретическая часть

Разделение на «холодные» и «горячие» лиды.

Практическая часть

Заполнить таблицу распределения лидов между менеджерами (тип лида → этап обработки → ответственный).

Тема 3.3. Вариативная «Б» - организационная схема отдела продаж

Теоретическая часть

Продуктовые/территориальные кластеры.

Практическая часть

Предложить кластеризацию для учебного бизнеса (3 продукта или 3 региона) с обоснованием.

Тема 3.4. Мультисистема - организационная схема отдела продаж

Теоретическая часть

Комбинация разных схем для масштабирования.

Практическая часть

Создать гибридную организационную схему для масштабирования (не менее 10 сотрудников) в формате SmartArt или таблицы.

Тема 3.5. Персональная схема - организационная схема отдела продаж

Теоретическая часть

Подбор схемы под тип бизнеса.

Практическая часть

Написать обоснование (не менее 1 стр.) выбора схемы для своей компании с учётом её размера, ассортимента и географии.

Тема 3.6. Экономическая модель организации ОП

Теоретическая часть

Расчёт затрат на отдел, KPI, план окупаемости.

Практическая часть

Рассчитать фонд оплаты труда, плановую выручку, точку безубыточности отдела продаж с использованием калькулятора (Excel-шаблон).

Модуль 4. Система эффективной мотивации команды ОП

Тема 4.1. Эффективная мотивация ОП

Теоретическая часть

Материальная и нематериальная, KPI и OKR.

Практическая часть

Определить 3 ключевых KPI для менеджера по продажам (название, единица измерения, целевое значение).

Тема 4.2. Основные принципы мотивации

Теоретическая часть

Прозрачность, достижимость, своевременность.

Практическая часть

Письменно проанализировать существующую схему мотивации (или шаблонную) на соответствие трём принципам.

Тема 4.3. Главные критерии мощной мотивации

Теоретическая часть

Связь с результатом, личная выгода, соревновательность.

Практическая часть

Разработать нематериальный бонус (пример: «Лучший менеджер месяца» – условия и награда).

Тема 4.4. Правильная оцифровка мотивации

Теоретическая часть

Как перевести задачи в цифры (проценты, бонусы, штрафы).

Практическая часть

Заполнить таблицу «Показатель → Формула расчёта → Бонус» (не менее 4 показателей).

Тема 4.5. Экспертная постановка плана продаж

Теоретическая часть

Методы прогнозирования, декомпозиция плана на периоды.

Практическая часть

Составить план продаж на месяц методом декомпозиции от годовой цели (три уровня: год → месяц → неделя).

Тема 4.6. Декомпозиция мотивации и плана ОП

Теоретическая часть

Разбивка плана на действия (звонки, встречи, сделки).

Практическая часть

Разложить недельный план продаж на операционные задачи для менеджера (таблица: действие → количество → срок).

Модуль 5. Система правильного управления РОПом

Тема 5.1. Правильное управление РОПом

Теоретическая часть

Обязанности, зона ответственности, отчётность.

Практическая часть

Составить перечень ключевых обязанностей РОПа для своей компании (не менее 10 пунктов).

Разработать форму еженедельного отчёта РОПа перед собственником (в виде таблицы: показатели, факт, план, комментарий).

Тема 5.2. Результативное управление через мотивацию

Теоретическая часть

Как мотивировать самого РОПа.

Практическая часть

Разработать схему мотивации РОПа на месяц (фиксированная часть + бонус за выполнение плана отдела, за обучение менеджеров и т.д.).

Рассчитать, какой процент от прибыли отдела целесообразно направлять на бонус РОПа (с обоснованием).

Тема 5.3. Эффективное операционное управление

Теоретическая часть

Контроль активности, воронки, конверсии.

Практическая часть

Описать, какие действия должен предпринимать РОП при падении конверсии ниже нормы (алгоритм из 3-5 шагов).

Тема 5.4. Организация системы «планерок»

Теоретическая часть

Ежедневные, еженедельные, ежемесячные планерки: повестка, регламент.

Практическая часть

Составить регламент еженедельной планерки (время, длительность, участники, повестка из 5 пунктов).

Написать сценарий проведения одной планерки (роли, вопросы, ожидаемые результаты).

Подготовить шаблон протокола планерки (формат: вопрос – решение – ответственный – срок).

Тема 5.5. Возращивание РОПа из подходящего менеджера

Теоретическая часть

Этапы роста, обучение, делегирование.

Практическая часть

Разработать индивидуальный план развития (ИПР) для менеджера по продажам, которого планируется вырастить до РОПа (на 3-6 месяцев: курсы, наставничество, практические задания).

Описать критерии готовности менеджера к роли РОПа (не менее 5 критериев: результаты продаж, лидерские качества).

Тема 5.6. Тактика антисаботажа на управленческом уровне

Теоретическая часть

Признаки саботажа, методы предотвращения.

Практическая часть

Составить список из 5 признаков саботажа со стороны менеджера или РОПа. Для каждого признака разработать тактику реакции руководителя (конкретные действия, фразы).

Тема 5.7. Ключевые уровни контроля РОПа

Теоретическая часть

Контроль выполнения плана, соблюдения скриптов, работы с персоналом.

Практическая часть

Разработать систему контроля из 4 уровней: ежедневный (отчёты), еженедельный (планёрка), ежемесячный (анализ KPI), квартальный (оценка эффективности РОПа). Для каждого уровня определить: что проверяется, форма контроля, периодичность, кто отвечает.

Модуль 6. Система технологий продаж и высококонверсионных скриптов

Тема 6.1. Система быстрых продаж

Теоретическая часть

Алгоритм короткого цикла сделки.

Практическая часть

Нарисовать карту быстрой сделки для своего продукта (этапы, среднее время, ответственные).

Тема 6.2. Квадрат Фокусировки

Теоретическая часть

Инструмент приоритизации задач менеджера.

Практическая часть

Заполнить матрицу «Квадрат Фокусировки» для типового дня менеджера по продажам (не менее 8 задач, распределить по квадрантам). Описать, какую долю времени менеджер должен уделять каждому квадранту (рекомендация).

Тема 6.3. Приветствие

Теоретическая часть

Первые фразы, установление контакта.

Практическая часть

Написать 3 варианта приветствия для холодного звонка (15 секунд): короткий, через ценность, через вопрос.

Тема 6.4. Конкретизация сценария

Теоретическая часть

Адаптация скрипта под тип клиента.

Практическая часть

Выбрать один продукт/услугу. Написать две версии одного и того же скрипта: для директора (акцент на выгоде для бизнеса) и для исполнителя (акцент на простоте и поддержке). Сравнить различия в таблице.

Тема 6.5. «Портрет» клиента

Теоретическая часть

Сегментация, аватары, потребности.

Практическая часть

Составить 2 аватара идеального клиента (демография, боли, цели, возражения). Для каждого аватара написать 5 открытых вопросов для выявления потребностей.

Тема 6.6. Локация и ниша

Теоретическая часть

Учёт географических и отраслевых особенностей.

Практическая часть

Определить для своего бизнеса: топ-3 региона/города с наибольшим спросом, топ-3 отрасли. Написать по одному аргументу «почему мы подходим именно этой нише/региону».

Тема 6.7. Бюджет

Теоретическая часть

Определение бюджета клиента, техники работы с возражениями о цене.

Практическая часть

Составить 3 вопроса для мягкого выяснения бюджета клиента.

Написать сценарий ответа на возражение «Дорого» (метод трёх шагов: признание → уточнение → альтернатива).

Тема 6.8. Предварительное выявление задач

Теоретическая часть

Открытые вопросы.

Практическая часть

Написать 4 вопроса по методике SPIN для своего продукта (ситуационный, проблемный, извлекающий, направляющий).

Тема 6.9. Извлечение боли и задач

Теоретическая часть

Глубокая диагностика потребностей.

Практическая часть

Смоделировать диалог (2-3 минуты) на тему выявления боли. Записать аудио или текст диалога. Выделить, какие именно фразы помогли «докопаться до боли».

Тема 6.10. Презентация под задачи

Теоретическая часть

Как говорить о продукте, решая проблему клиента.

Практическая часть

Выбрать одну проблему клиента из предыдущего задания. Написать презентацию продукта в формате: «Как вы знаете, [проблема]. Наше решение позволяет [решение]... В результате вы получаете [выгода]».

Тема 6.11. Аргументация

Теоретическая часть

Техники подтверждения ценности.

Практическая часть

Собрать 3 аргумента для доказательства ценности продукта (например: «90% клиентов повторно обращаются», «результат за 2 недели»).

Тема 6.12. Подтверждение

Теоретическая часть

Получение обратной связи по ходу разговора.

Практическая часть

Составить 5 фраз для подтверждения понимания и согласия клиента («Правильно ли я понимаю?», «Это для вас важно?»).

Тема 6.13. Заккрытие сделки здесь и сейчас

Теоретическая часть

Техники завершения, работа с последними возражениями.

Практическая часть

Написать 3 варианта закрытия сделки: альтернативный выбор («Вам удобнее оплатить сегодня или завтра?»), предположительное («Как только мы оформим договор...»), прямое («Давайте уже начнём?»).

Смоделировать диалог закрытия с возражением «Подумаю» – написать реплики продавца.

Тема 6.14. Контроль оплаты = деньги в кассе

Теоретическая часть

Этапы после закрытия сделки, отслеживание поступления средств.

Практическая часть

Написать 3 сообщения (email/мессенджер) для контроля оплаты: первое – после договора, второе – за день до дедлайна, третье – после просрочки.

Экзамен (итоговая аттестация)

Обучающийся выполняет итоговое задание:

1. Разрабатывает полную систему отдела продаж для своей компании (или кейса) – от CRM-процесса до скриптов и мотивации.
2. Заполняет чек-лист самооценки.

По результатам выполнения задания выдаётся сертификат.

Примечание по формам контроля: текущий контроль по всем модулям Программы осуществляется в форме самоконтроля на основе предоставленных педагогом оценочных материалов. Результаты контроля фиксируются обучающимися в формате аудио- или видеоотчётов, заполненных рефлексивных дневников, рабочей тетради, а также комментариев, которые направляются педагогу для проверки и методической поддержки в рамках дистанционного взаимодействия.

3. Планируемые результаты, формы аттестации учащихся и оценочные материалы

Планируемые результаты освоения Программы выражаются в **предметных, метапредметных и личностных результатах**, которые отражаются в сформированных у обучающихся **компетенциях, знаниях, умениях, навыках**.

Метапредметные результаты:

Регулятивные: Умеет ставить планы продаж, декомпозировать их на операционные задачи, проводить планерки различных видов и осуществлять контроль РОПа (руководителя отдела продаж).

Познавательные: Способен выбирать подходящую организационную схему отдела продаж, рассчитывать экономические модели и обосновывать выбор методов найма, отбора и адаптации.

Коммуникативные: Владеет тактиками антисаботажа, уметь управлять удаленной командой, проводить собеседования и разрабатывать высококонверсионные скрипты продаж.

Личностные результаты:

Сформирована готовность к управлению отделом продаж как удаленно, так и в очном формате, включая принятие ответственности за результаты команды.

Развита способность к системному анализу воронки продаж и конверсии, а также к критической оценке собственных управленческих решений.

Принята установка на непрерывное совершенствование процессов найма, мотивации и контроля для достижения плановых показателей.

Сформирована стрессоустойчивость и навык конструктивной работы с возражениями и саботажем со стороны сотрудников.

Предметные результаты:

Обучающийся будет знать:

этапы CRM-процесса «Т.О.К»;

методы найма, отбора и адаптации сотрудников отдела продаж;

типовые организационные схемы отдела продаж и экономические модели;

принципы материальной и нематериальной мотивации;

способы постановки планов продаж и их декомпозиции;

методы управления РОПом, виды планерок, тактики антисаботажа;

структуру высококонверсионного скрипта продаж.

Обучающийся будет уметь:

разрабатывать вакансии и проводить собеседования;

выбирать подходящую организационную схему для своего бизнеса;

рассчитывать экономику отдела продаж;

создавать систему мотивации и планы продаж;
проводить планерки и контролировать РОПа.

Обучающийся будет **владеть навыками:**

управления отделом продаж удалённо;

анализа воронки и конверсии;

работы с возражениями и контроля оплат.

У обучающегося будут сформированы навыки самостоятельного планирования и контроля своей деятельности, организации учебного сотрудничества со сверстниками, а также навыки целеполагания, планирования технологических операций и рационального распределения временных ресурсов.

Все перечисленные знания, умения и навыки соответствуют **вводному уровню** сложности и направлены на:

формирование базовой терминологической и теоретической базы;

отработку первичных практических приёмов в шаблонном режиме;

развитие мотивации и рефлексивной позиции, необходимых для перехода на последующие уровни (ознакомительный, базовый).

В соответствии с учебным планом в Программе предусмотрен **текущий контроль** и **итоговая аттестация**, обе формы реализуются в режиме **самоконтроля** с фиксацией результатов в электронной информационно-образовательной среде.

Текущий контроль осуществляется по каждому модулю и представляет собой выполнение практических заданий (разработка документов, скриптов, таблиц), проверку по чек-листам, ведение дневника самоконтроля.

Оценочные материалы (текущий контроль):

Чек-листы для самооценки (прилагаются в ЭИОС):

Чек-лист готовности CRM-процесса (10 пунктов).

Чек-лист оценки вакансии (8 критериев: привлекательность, полнота, чёткость и др.).

Чек-лист проверки организационной схемы (5 обязательных элементов: иерархия, связи, зоны ответственности).

Чек-лист расчёта мотивации (6 формул, проверка арифметики).

Чек-лист скрипта продаж (12 шагов от приветствия до контроля оплаты).

Шаблоны документов (в форматах .docx, .xlsx):

Матрица контроля РОПа.

Карта быстрой сделки.

Вакансия менеджера по продажам.

Оценочный лист собеседования (с бальной шкалой 1-5).

План планерки (шаблон с повесткой дня).

Калькулятор мотивации (Excel с автоматическим расчётом бонусов)

и др.

Эталонные примеры (для сверки):

Эталон должностной инструкции РОПа.

Эталон скрипта холодного звонка для B2B.

Пример заполненной карты CRM-процесса.

Пример скрипта «Приветствие → выявление боли → презентация → закрытие» (диалог).

Пример организационной схемы (графический файл) и др.

Дневник самоконтроля (в электронной форме в ЭИОС):

Еженедельная запись: что выполнено, возникшие трудности, самооценка по чек-листу.

Итоговая аттестация проводится по завершении обучения в форме **самоконтроля**. Обучающийся сдает экзамен в форме разработки системы отдела продаж. Критерии: полнота охвата всех модулей, практическая применимость, качество скриптов и мотивационной схемы. Результаты самооценки (выявленные сильные стороны, зоны развития, соответствие критериям) фиксируются в электронном дневнике самоконтроля. Факт выполнения итогового задания и заполнения чек-листа подтверждает успешное освоение программы.

В случае успешного прохождения итоговой аттестации обучающемуся выдается сертификат.

4. Организационно-педагогические условия реализации программы

Материально-технические условия реализации Программы

ИП Измайлов М.А. располагает материально-технической базой, которая обеспечивает проведение педагогическими работниками всех форм организации и проведения занятий по Программе.

Реализация Программы осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, поэтому специальных учебных помещений не требуется.

Для освоения Программы обучающемуся и педагогу необходимо иметь:

персональное электронно-цифровое устройство для доступа к обучающей платформе (персональный компьютер, планшет, мобильное устройство и др.) с одной из операционных систем: MS Windows, MacOS, Android, iOS, Linux;

установленный на персональном электронно-цифровом устройстве современный веб-браузер для доступа в Интернет актуальной версии: Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Safari (для MacOS), Яндекс.Браузер, Opera актуальной версии, Internet Explorer версии 9 и выше;

программа для ЭВМ «Геткурс 2.0» и система дистанционного обучения: образовательная платформа сервиса GetCourse сети Интернет;

средства аудио- и видеозаписи (встроенный микрофон, веб-камера) для выполнения практических заданий и участия в онлайн-консультациях;

рекомендованная входящая/исходящая скорость соединения с сетью Интернет - от 256 кбит/с.

Кадровое обеспечение Программы

Реализацию Программы осуществляют педагоги дополнительного образования, имеющие высшее или среднее профессиональное образование в области менеджмента, маркетинга или продаж, опыт работы в управлении отделами продаж и владение дистанционными технологиями.

Реализация Программы строится на основе современных педагогических, информационно-коммуникационных и дистанционных технологий, обеспечивающих эффективное решение обучающих, развивающих и воспитательных задач в условиях заочного обучения.

Учебно-методическое и информационное обеспечение

Электронная информационно-образовательная среда организована на платформе GetCourse. Наименование программы в ЭИОС – «Система

отдела продаж Т.О.К» – полностью соответствует наименованию, указанному на титульном листе программы и во всех документах.

В ней реализованы следующие компоненты:

курс, содержащий видео- и текстовые уроки, практические задания, чек-листы, шаблоны;

цифровая (электронная) библиотека: доступ к ЭБС «Elibrary»;

иные информационные ресурсы: профессиональные сообщества (ссылки предоставляются педагогом), видеозаписи вебинаров, база шаблонов документов.

Методические материалы:

видеоуроки по каждому модулю;

текстовые конспекты с примерами и шаблонами;

примеры скриптов (эталонное выполнение);

чек-листы по Программе;

методические указания по выполнению практических заданий и самоанализу.

Список литературы

Список литературы может быть использован педагогом, обучающимися, родителями (законными представителями обучающихся).

Федеральный закон от 27 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2012. – № 53 (ч. 1). – Ст. 7598.

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» // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru>. – 2023. – 12 окт. – № 0001202310120031.

Постановление Правительства РФ от 15 сентября 2020 г. № 1441 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг» // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru>. – 2020. – 21 сент. – № 0001202009210004.

Приказ Министерства просвещения РФ от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru>. – 2022. – 27 сент. – № 0001202209270013.

Бакшт К. А. Построение отдела продаж с «нуля» до максимальных

результатов / К. А. Бакшт. – 3-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 297 с. – (Искусство продаж). – ISBN 978-5-388-00679-0.

Кеннеди Д. Жесткие продажи : Заставьте людей покупать при любых обстоятельствах / Д. Кеннеди. – Москва : Альпина Паблишер, 2022. – 293 с. – ISBN 978-5-9614-7577-7.

Конрат Д. Гибкие продажи : Как продавать в эпоху перемен / Д. Конрат ; перевод с английского И. Васильева. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 237, [1] с. – ISBN 978-5-00057-468-3.

Кэмп Д. Сначала скажите „нет“ : Секреты профессиональных переговорщиков / Д. Кэмп ; перевод А. Стативка. – Москва ; Санкт-Петербург : Добрая книга, 2019. – 320 с. – ISBN 978-5-98124-453-7.

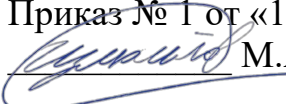
Шиффман С. Управление ключевыми клиентами : Эффективное сотрудничество, стратегическое партнерство и рост продаж / С. Шиффман. – Москва : Претекст, 2015. – 220 с. – ISBN 978-5-98995-103-1

Программа обеспечена учебными изданиями, размещенными в электронной библиотечной системе «Elibrary», доступ к которой имеют педагогические работники, обучающиеся и (или) законные представители несовершеннолетних обучающихся.

Интернет-источники

Название ресурса	Адрес (URL)
Официальный сайт со сведениями о Программе	https://system.opgc-tok.ru
Образовательная платформа для изучения разделов Содержания Программы	https://getcourse.ru/
Профессиональные сообщества вокальных педагогов	По ссылкам, рекомендуемым педагогами

5. Приложение. Календарный учебный график

УТВЕРЖДЕН
ИП ИЗМАЙЛОВ М.А.
Приказ № 1 от «11» июня 2026 г.
 М.А. Измайлов
«11» июня 2026 г.

Календарный учебный график реализации дополнительной общеразвивающей программы «Система отдела продаж Т.О.К» одного периода обучения*

Месяц обучения	Дата начала занятий	Дата окончания занятий	Количество учебных недель (модулей)	Количество учебных дней	Количество учебных часов	Режим занятий
Первый месяц	С момента зачисления на Программу	С момента завершения обучения по модулю № 4 Программы	4 учебных недели (4 модуля)	19	38 академических часов	Учебный процесс в рамках одной учебной недели продолжается в течение четырех, пяти, шести, семи учебных дней. В течение одного учебного дня проводится одно учебное занятие, продолжительность которого составляет два академических часа. Продолжительность одного академического часа составляет сорок пять минут. Форма занятий

						определяется Учебным планом Программы.
Второй месяц	С момента завершения 1 месяца обучения по Программе	С момента завершения обучения по модулю № 6 Программы и прохождения итоговой аттестации	4 учебных недели (2 модуля и итоговая аттестация)	22	46 академических часов (включая 4 часа на итоговую аттестацию)	Учебный процесс в рамках одной учебной недели продолжается в течение пяти, шести, семи учебных дней. В течение одного учебного дня проводится одно учебное занятие, продолжительность которого составляет два академических часа. Продолжительность одного академического часа составляет сорок пять минут. Форма занятий определяется Учебным планом Программы.
Итого	8 учебных недель (6 модулей Программы и итоговая аттестация)			41 учебный день	84 академических часа	-

* - в рамках одного периода обучение организовано в течение 2 месяцев.