

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОДАЖ - АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

1.1. **Цель реализации программы** – совершенствование навыков продвижения товаров и услуг в области медицины, в частности, эстетической медицины, косметологии, стоматологии.

1.2. **Задачи программы :**

- познакомить слушателей с теоретическими основами менеджмента продаж, прежде всего, на примере медицинских товаров и услуг;
- сформировать практические навыки консультационно-информационного сопровождения клиентов, формирования стратегии развития продаж, клиентской базы, контроля бизнес-процессов.

Слушатель в ходе освоения программы должен приобрести:

- практический опыт коммуникации с различными типами клиентов с целью продвижения товаров и услуг, создания и развития клиентской базы, разработки и реализации индивидуальной стратегии работы с каждым клиентом;
- умения проводить презентацию товара или услуги, «ведения» клиента до совершения сделки и построения взаимоотношений после заключения сделки, ведения переговоров и разработки бизнес-стратегии;
- знания технологии продаж, приемов эффективного взаимодействия с любыми клиентами, видов маркетинга и особенностей их применения в своей профессиональной деятельности, основ самоменеджмента.

1.3. **Рекомендуемое количество часов:** 72 часа

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 72 часа, в том числе: аудиторная учебная нагрузка – 30 часов; самостоятельная (практическая) работа – 40 часа.

1.4. **Результаты освоения программы**

Результатом освоения программы является овладение слушателями видом профессиональной деятельности «Продвижение товаров и услуг» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Код	Наименование результата обучения
ПК.1	Устанавливать контакт с разными типами клиентов. Применять техники эффективной коммуникации. Выстраивать результативные и долгосрочные взаимоотношения с клиентом.
ПК.2	Применять технологию продаж.
ПК.3	Выявлять и оценивать спрос. Разрабатывать и реализовывать стратегии развития продаж. Использовать приемы рекламы для продвижения товаров и услуг.
ПК 4	Предупреждать конфликтные ситуации и разрешать возникающие конфликты. Выстраивать комфортные взаимоотношения с субъектами деловых отношений.

Формы текущего контроля: опрос, собеседование, решение ситуационных задач.

Итоговый контроль: зачет