

2.1 Учебный план программы повышения квалификации
«Маркетинг продаж: создание потребительской лояльности»

№ п/п	Наименование разделов и тем	Трудо- ёмкость (час.)	В том числе:		Формы аттеста- ции
			Лекции	Практические занятия*	
1,2 день					
1	Маркетинг и управление продажами	16	10	6	
1.1	Рынок транспортных услуг. Изучение товара (товарной структуры)	2	2		
1.2	Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, создание потребительской лояльности	4	2	2 тренинг	
1.3	Стратегии продаж, их плюсы и минусы. Техника эффективных персональных продаж. Процесс организации активных продаж сотрудников по всем каналам сбыта	4	2	2 тренинг	
1.4	Факторы, определяющие успех персональных продаж. Система роста продаж: цель и план - ключевые отличия	2	2		
1.5	Изучение потребителей. Технологии управления поведением потребителей транспортных услуг	4	2	2	
3 день					
2	Процессный подход	4	1	3	
2.1	Процессный подход к организации перевозок грузов. Групповая дискуссия «Поток создания ценности»	2	1	1	
2.2	Групповая дискуссия «Атрибуты процесса, описание и улучшение процесса».	2		2 тренинг	

3 день					
3.	Принципы эффективного использования логистики в предприятиях транспорта	4	2	2	
3.1	Цель, задачи, принципы и оптимизационные решения в транспортной логистике	4	2	2	
4,5 день					
4.	Условия повышения результативности профессиональной деятельности коммерческих агентов (менеджеров)	14	6	8	
4.1	Основы тайм-менеджмента	4	2	2 тренинг	
4.2	Управление конфликтами. Сложные случаи работы с клиентом	4	2	2 тренинг	
4.3	Деловой телефонный разговор	4	2	2 тренинг	
4.4	Эффективные переговоры	2		2 тренинг	
	Итоговая аттестация	2			2 зачет
	Итого часов по программе	40	19	19	2