

**Аннотация к дополнительной профессиональной программе
повышения квалификации «Управление продажами»**

Название курса	«Управление продажами»
Продолжительность курса	72 часа
Документ об окончании	Удостоверение о повышении квалификации
Цель курса	Сформировать у слушателей комплекс теоретических знаний и практических навыков в области моделирования, максимально эффективного управления и контроля за продажами товаров и услуг. Систематизировать знания в области оперативного учета и облегчить способы его ведения, используя современную программу «1С:Управление торговлей».
Навыки получаемые по окончании курса	Программа включает в себя ключевые аспекты построения и управления процессов, связанных с продажей товаров и услуг компаний. Так, выбор и развитие стратегий управления и осуществления продаж позволят компаниям достигать все больших коммерческих результатов. Анализ и создание эффективной структуры подразделений продаж, которая обеспечит клиентов компании надлежащим уровнем делового взаимодействия. Получить навыки обеспечения эффективного управление современным торговым предприятием. Знание программы «1С:Управление торговлей».позволяет автоматизировать задачи оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций.
Содержание курса	
Модуль 1.	Управление продажами
Общий менеджмент.	Основы менеджмента. Цели и функции менеджмента. Структура правления организацией. Технология и методы менеджмента. Социально-психологические аспекты менеджмента.
Теория принятия управленческих решений.	Предмет и методы теории принятия управленческих решений. Основные методические подходы и факторы, влияющие на принятие правленческих решений. Математические методы при принятии решений.
Основы маркетинга.	Сущность и функции маркетинга. Методология принятия решений в маркетинге. Сущность и особенности маркетингового планирования. Факторы, детерминирующие маркетинговую деятельность. Анализ маркетинговых возможностей. Разработка комплекса маркетинговых мер.
Поведение потребителей и продвижение товара.	Модель процесса принятия решения потребителем. Процесс обработки информации потребителем. Прикладные модели коммуникации. Интегрированные стратегические коммуникации. Определение стратегических целей и целевые аудитории. Позиционирование. Процесс разработки плана продвижения. Исследование и оценка отдельных видов продвижения и продвижения в целом
Стратегии рыночного поведения фирмы	Роль маркетинга в стратегическом планировании предприятия. Процесс и процедуры разработки маркетинговых стратегий. Типы маркетинговых стратегий. Оценка текущего состояния бизнеса и выбор стратегических траекторий.
Управление продажами	Сущность и модели управления продажами. Выбор эффективной стратегии в сбытовом канале. Прогнозирование продаж. Планирование работ. Управление торговым персоналом. Персональные продажи: стратегия и психология продаж. Оценка и контроль сбытовой деятельностью.
Финансовые основы продаж.	Структура баланса с точки зрения оценки эффективного управления активами. Оценка эффективности торговой деятельности на базе бухгалтерской отчетности. CVP - анализ.
Основы планирования продаж.	Планирование и бюджетирование производства и сбыта. Отличия планирование и прогнозирования, структура главного бюджета компании, структура бюджета, проекты отчета о прибыли и убытках, бюджет движения денежных средств. Виды бюджета. Особенности бюджетирования в коммерческих организациях.

Модуль 2.	1С: Управление торговлей
Настройка параметров учета.	Знакомство с программой «1С: Управление торговлей» как с одной из программ комплекса «1С: Предприятие». Знакомство с интерфейсом программы. Настройка и заполнение параметров предприятия: сведения об организации, учетная политика, общие настройки системы. Настройка прав пользователя. Заполнение справочников: физические лица, склады, кассы, статьи затрат. Работа с классификаторами: банки, единицы измерения, страны мира. Удаление объектов.
Работа со справочниками.	Заполнение справочника Контрагенты (сведения о поставщиках, покупателях, реализаторах и комитентах). Заполнение справочника Номенклатура (ввод информации о товаре, услугах, наборах). Формирование цен и скидок на товары (типы цен для поставщиков и покупателей). Работа с документами. Ценообразование (установка цен номенклатуры, установка скидок). Печать прайс – листа. Проверочная работа.
Ввод остатков. Работа с отчетами.	Ввод начальных остатков (остатки товаров, остаток в кассе, на расчетном счете, состояние взаиморасчетов). Проверка результатов работы в отчетах (взаиморасчеты с контрагентами, остатки и движение товара, движение денежных средств). Работа с кассовыми и банковскими документами (приходные, расходные кассовые ордера, платежное поручение, банковская выписка). Учет расчетов с подотчетными лицами (выдача денежных средств в подотчет, авансовый отчет, возврат неиспользованных подотчетных сумм). Формирование отчетов.
Продажа товара+ складские операции.	Регистрация заявки от покупателей в программе. Выписка счета на оплату для покупателей. Продажа товара по предоплате и в кредит (реализация товаров и услуг, счет – фактура выданная). Взаиморасчеты с покупателями (оплата за наличный и безналичный расчет). Дополнительные расходы при продаже товаров. Возврат товаров от покупателей. Возврат денежных средств покупателю. Формирование отчетов (взаиморасчеты с контрагентами, отчет о продажах).
Складские операции.	Складские операции (перемещение товаров, инвентаризация товаров, списание, оприходование товаров). Продажа товаров в розницу (Чек ККМ, закрытие кассовой смены, сдача выручки в кассу организации). Оформление возврата товаров в рознице (в день продажи и после закрытия кассовой смены). Работа с реализаторами и комитентами (контрагенты, выступающие по договору комиссии)