

Департамент информатизации Тюменской области
Государственное автономное учреждение дополнительного образования
Тюменской области
«Региональный информационно-образовательный центр»

СОГЛАСОВАНО

Директор
Департамента информатизации
Тюменской области

С.И. Логинов

2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
ГАУ ДО ТО «РИО-Центр»

А.О. Ережепов

2024 г.

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

**«Интернет-маркетинг и информационные технологии в работе
менеджера по продажам»**

Трудоемкость программы – 80 академических часов

**Форма обучения – очная, очно-заочная с применением
дистанционных образовательных технологий, заочная**

Режим занятий – 3 академических часа в день

Начальные навыки: Базовые навыки работы на персональном
компьютере

Цель обучения:

Целью курса является овладение слушателями системой теоретических знаний и практических навыков, направленных на разработку эффективной технологии продаж и совершенствование процесса продаж и сформировать:

- основные принципы и методы аккаунт-менеджмента в продажах программного обеспечения.

- навыки эффективного общения с клиентами и управления клиентскими отношениями, а также разрабатывать и реализовывать успешные стратегии продаж и маркетинга для программного обеспечения. Использовать современные инструменты и технологии интернет-маркетинга для привлечения и удержания клиентов.

- повышать конкурентоспособность на рынке труда и достигать карьерного роста в области IT и маркетинга.

Компетенции на выходе:

Знания:

- основных этапов продажного процесса в сфере IT и программного обеспечения.

- ключевых концепций и терминов в области IT-продаж.

- основы технологий и архитектуры программного обеспечения.

- методов управления клиентскими отношениями и стратегий их развития.

- роли аккаунт-менеджера в продажах программного обеспечения и его функций.

- методов и инструментов управления процессом продаж и работы с клиентами.

- основных принципов и методов интернет-маркетинга, включая SEO, PPC, социальные сети и другие.

- принципов формирования и анализа маркетинговых стратегий для продвижения программного обеспечения.

- методов анализа данных и метрик эффективности продаж.

- основных принципов эффективной коммуникации с клиентами и коллегами.

Умения:

- подготавливать и проводить презентации продуктов и идей перед аудиторией.

- анализировать рынок и конкурентоспособность продуктов и компании.

- эффективно общаться с клиентами, коллегами и стейкхолдерами компании.

- разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии для продвижения продуктов.

- выявлять потребности клиентов и разрабатывать стратегии продаж на их основе.

Приёмы работы:

Программой обучения предусмотрены аудиторные занятия и самостоятельная работа слушателей. Под самостоятельной работой подразумевается самостоятельное выполнение слушателями практических заданий под контролем или под руководством преподавателя. Все аудиторные занятия и

самостоятельная работа могут вестись как в очной форме, так и с применением дистанционных образовательных технологий.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/ п	Наименование тем	Всего часов	в том числе:		Формы контроля
			аудиторные занятия	самостоятел ьная работа	
1.	Введение в аккаунт-менеджмент и продажи	9	6	3	Выполнение практических заданий
2.	Понимание программного обеспечения	9	6	3	
3.	Развитие навыков коммуникации	9	6	3	
4.	Продажи и маркетинг в интернете	9	6	3	
5.	Стратегии продаж в B2B и B2C	14	11	3	
6.	Управление аккаунтами и отношениями с клиентами	9	6	3	
7.	Аналитика и оптимизация	9	6	3	
8.	Тренды в индустрии программного обеспечения и интернет-маркетинге	9	6	3	
9.	Итоговое тестирование	3	3		Выполнение теста
Итого часов:		80	56	24	

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование тем	Всего часов (ч.ак.)	в том числе:		Формы контроля
			аудитор- ные заня- тия (ч.ак.)	самостоя- тельная работа (ч.ак)	
1	Введение в аккаунт-менеджмент и продажи	9	6	3	Выполнение практических заданий
1.1.	Основные понятия и роли	3	2	1	

	аккаунт-менеджера				
1.2.	Типичные функции и обязанности в продажах программного обеспечения	3	2	1	
1.3.	Основные этапы продажного процесса в IT-компаниях	3	2	1	
2	Понимание программного обеспечения	9	6	3	
2.1.	Обзор основных видов программного обеспечения	3	2	1	Выполнение практических заданий
2.2.	Технические аспекты продуктов IT	3	2	1	
2.3.	Важность понимания продукта для успешных продаж	3	2	1	
3	Развитие навыков коммуникации	9	6	3	
3.1.	Эффективное общение с клиентами и коллегами	3	2	1	Выполнение практических заданий
3.2.	Управление клиентскими ожиданиями	3	2	1	
3.3.	Работа с возражениями и преодоление конфликтов	3	2	1	
4	Продажи и маркетинг в интернете	9	6	3	
4.1.	Основы интернет-маркетинга	3	2	1	Выполнение практических заданий
4.2.	Использование цифровых каналов для привлечения клиентов	3	2	1	
4.3.	Стратегии онлайн-продвижения программного обеспечения	3	2	1	
5	Стратегии продаж в B2B и B2C	14	11	3	
5.1.	Различия между продажами в бизнесе и продажами потребителям	4	3	1	Выполнение практических заданий
5.2.	Подходы к продажам программного обеспечения для корпоративных клиентов (B2B)	5	4	1	
5.3.	Продажи программного обеспечения напрямую конечным пользователям (B2C)	5	4	1	
6	Управление аккаунтами	9	6	3	Выполнение

	и отношениями с клиентами				
6.1.	Создание и поддержание долгосрочных отношений с клиентами	3	2	1	практических заданий
6.2.	Техники управления аккаунтами и продажами	3	2	1	
6.3.	Разработка индивидуальных планов продаж для клиентов	3	2	1	
7	Аналитика и оптимизация	9	6	3	Выполнение практических заданий
7.1.	Использование данных для улучшения результатов продаж	3	2	1	
7.2.	Метрики успеха в аккаунт-менеджменте и продажах программного обеспечения	3	2	1	
7.3	Применение аналитики для оптимизации стратегий продаж и маркетинга	3	2	1	
8	Тренды в индустрии программного обеспечения и интернет-маркетинге	9	6	3	Выполнение практических заданий
8.1.	Инновации в сфере IT и программного обеспечения	3	2	1	
8.2.	Влияние технологических трендов на продажи и маркетинг	3	2	1	
8.3	Адаптация к изменениям в отрасли и поиск новых возможностей	3	2	1	
9	Итоговое тестирование	3	3		Выполнение теста
9.1	Прохождение тестирования	3	3		
Итого часов:		80	56	24	

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Введение в аккаунт-менеджмент и продажи программного обеспечения:

1.1 Основные понятия и роли аккаунт-менеджера.

Стратегический подход к управлению клиентскими отношениями, который направлен на максимизацию ценности клиента для компании.

1.2 Типичные функции и обязанности в продажах программного обеспечения.

В контексте продаж программного обеспечения (ПО), аккаунт-менеджер играет ключевую роль в ведении коммуникации с клиентами.

1.3 Основные этапы продажного процесса в IT-компании.

Понимание потребностей клиента.

Управление отношениями с клиентами.

Планирование и координация процесса продаж.

2. Понимание программного обеспечения.

2.1 Обзор основных видов программного обеспечения.

Программное обеспечение для бизнеса, прикладное программное обеспечение, системное программное обеспечение.

2.2 Технические аспекты продуктов IT.

Преимущества и области применения, и выбор конкретного языка зависит от требований проекта и предпочтений разработчиков.

2.3 Важность понимания продукта для успешных продаж.

Разбор характеристик программного обеспечения, знание которых влияет на уверенность и эффективность в продажах.

Рефлексия. Обсуждение выполненных заданий. Консультация по индивидуальному проекту.

Разбор сложного материала. Защита промежуточных проектов и контрольных работ.

3. Развитие навыков коммуникации.

3.1 Эффективное общение с клиентами и коллегами.

Техники активного слушания и эмпатии.

Понимание потребностей клиента через вопросы и диалог.

Умение выстраивать доверительные отношения.

3.2 Управление клиентскими ожиданиями.

Как установить реалистичные ожидания клиента.

Построение планов и графиков выполнения.

Коммуникация в случае изменения обстоятельств.

3.3 Работа с возражениями и преодоление конфликтов.

Анализ типичных возражений клиентов и их решений.

Техники убеждения и управления возражениями.

Решение конфликтов и сохранение партнерских отношений.

Рефлексия. Обсуждение выполненных заданий. Консультация по индивидуальному проекту.

Разбор сложного материала. Защита промежуточных проектов и контрольных работ.

4. Продажи и маркетинг в интернете.

4.1 Основы интернет-маркетинга.

Цифровые каналы продаж: веб-сайт компании или платформа электронной коммерции, торговые площадки, социальные сети справочники и каталоги отзывы или рекомендации третьих лиц на сторонних веб-сайтах или платформах

Принципы работы поисковых систем и алгоритмы ранжирования.

Ключевые метрики эффективности интернет-маркетинга.

4.2 Использование цифровых каналов для привлечения клиентов.

Создание контент-стратегии для привлечения аудитории.

Разработка рекламных кампаний с использованием цифровых платформ.

Оптимизация веб-сайта и лендингов для конверсии.

4.3 Стратегии онлайн-продвижения программного обеспечения.

Особенности продвижения программного обеспечения в онлайн-среде.

Примеры успешных кейсов и стратегий.

Анализ рынка и конкурентов в онлайн-продажах

Рефлексия. Обсуждение выполненных заданий. Консультация по индивидуальному проекту.

Разбор сложного материала. Защита промежуточных проектов и контрольных работ.

5. Стратегии продаж в B2B и B2C.

5.1 Различия между продажами в бизнесе и продажами потребителям.

Особенности целевой аудитории и их потребностей.

Принципы формирования предложения для B2B и B2C клиентов.

Техники убеждения и аргументации в зависимости от типа клиента.

5.2 Подходы к продажам программного обеспечения для корпоративных клиентов (B2B).

Создание индивидуализированных предложений для корпоративных клиентов.

Процесс принятия решения в корпоративной среде.

Управление сложными продажами и долгосрочными отношениями.

5.3 Продажи программного обеспечения напрямую конечным пользователям (B2C).

Понимание потребностей и мотиваций конечного пользователя.

Процесс принятия решения в потребительской среде.

Стратегии продажи через онлайн-магазины, маркет-плейсы и другие каналы.

Рефлексия. Обсуждение выполненных заданий. Консультация по индивидуальному проекту.

Разбор сложного материала. Защита промежуточных проектов и контрольных работ.

6. Управление аккаунтами и отношениями с клиентами.

6.1 Создание и поддержание долгосрочных отношений с клиентами.

Развитие стратегий лояльности клиентов.

Определение потребностей и ожиданий клиента на разных этапах взаимодействия.

Принципы эффективного обратного связи и постпродажного обслуживания.

6.2 Техники управления аккаунтами и продажами.

Сегментация клиентской базы и приоритизация аккаунтов.

Планирование и отслеживание продажных циклов.

Использование CRM-систем для эффективного управления клиентскими отношениями.

6.3 Разработка индивидуальных планов продаж для клиентов.

Анализ потребностей и целей клиента.

Подготовка персонализированных предложений и решений.

Управление ожиданиями и результатами.

Рефлексия. Обсуждение выполненных заданий. Консультация по индивидуальному проекту.

Разбор сложного материала. Защита промежуточных проектов и контрольных работ.

7. Аналитика и оптимизация.

7.1 Использование данных для улучшения результатов продаж.

Сбор и анализ данных о клиентах и продажах.

Применение данных для выявления тенденций и паттернов.

Принятие решений на основе данных и экспертного анализа.

7.2 Метрики успеха в аккаунт-менеджменте и продажах программного обеспечения.

Основные метрики эффективности в продажах программного обеспечения: оборот, конверсия, средний чек и другие.

Метрики в аккаунт-менеджменте: уровень удовлетворенности клиентов, продолжительность жизненного цикла клиента и др.

Как использовать метрики для оценки успеха и выявления областей для улучшения.

7.3 Применение аналитики для оптимизации стратегий продаж и маркетинга.

Анализ результатов продаж и эффективности маркетинговых кампаний.

Идентификация удачных и неудачных стратегий.

Внесение корректив в стратегии на основе аналитических данных.

Рефлексия. Обсуждение выполненных заданий. Консультация по индивидуальному проекту.

Разбор сложного материала. Защита промежуточных проектов и контрольных работ.

8. Тренды в индустрии программного обеспечения и интернет-маркетинге.

8.1 Инновации в сфере IT и программного обеспечения.

Обзор последних технологических трендов и инноваций в IT-индустрии.

Влияние новых технологий на продукты и рынок программного обеспечения.

Как быть в курсе новых технологий и внедрять их в продажи и маркетинг.

8.2 Влияние технологических трендов на продажи и маркетинг.

Адаптация стратегий продаж и маркетинга к новым технологиям.

Использование новых инструментов и платформ для привлечения клиентов и продаж.

Предвидение будущих изменений в индустрии и подготовка к ним.

8.3 Адаптация к изменениям в отрасли и поиск новых возможностей.

Гибкость и адаптивность в быстро меняющейся среде IT.

Развитие навыков и компетенций для успешной адаптации.

Поиск новых возможностей и развитие инновационных подходов к продажам и маркетингу.

Рефлексия. Обсуждение выполненных заданий. Консультация по индивидуальному проекту.

Разбор сложного материала. Защита промежуточных проектов и контрольных работ.

9. Итоговое тестирование

9.1 Прохождение тестирования

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акимова, Д.Ю. Интернет-маркетинг и его влияние на развитие бизнеса [Текст] / Д.Ю. Акимова // Научные идеи в контексте модернизации современного общества: Материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 6-8.
2. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2019. – 352 с.
3. Алексеев, И.В. Формирование понятия интернет-маркетинг [Текст] / И.В. Алексеев // Актуальные проблемы развития общества, экономики и права сборник научных статей молодых преподавателей и аспирантов. Составитель Локтева Т.В. – 2018. – С. 33-39.
4. Гогохия, И. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах [Текст] /И. Гогохия. – М.: Бомбора. – 2019. – 320 с.
5. Джагарян, Д.А. Интернет-маркетинг как перспективный метод продвижения продукции и услуг в интернете [Текст] / Д.А. Джагарян // Университетская наука – региону Материалы VI ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых ученых. Под редакцией Л.И. Ушвицкого, А.В. Савцовой. – 2018. – С. 339-341.
6. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. – М.: Омега-Л, 2016. – 223 с.
7. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум [Текст] / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344 с.
8. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство [Текст] / С. Кингснорт. –М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 416 с.
9. Крбашян, Р.Е. Интернет-маркетинг: значение и план создания маркетинговой кампании в интернете для продвижения бизнеса в современных реалиях [Текст] / Р.Е. Крбашян // Студенческий вестник. – 2020. – № 16-5 (114). – С. 71-76.
10. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Текст] / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
11. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство [Текст] / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с.
12. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.

ПРОТОКОЛ №5
заседания Педагогического совета
ГАУ ДО ТО «РИО-Центр»

г. Тюмень

«21» мая 2024

Место проведения заседания Педагогического совета:

г. Тюмень, ул. Республики, 142

Дата и время проведения заседания Педагогического совета:

21 мая 2024 года, 12-00 часов

Присутствовали:

Председатель:

Ережепов Айдарбек Оразаевич, заместитель директора ГАУ ДО ТО «РИО-Центр».

Члены совета:

- Копытов Иван Александрович, руководитель проектной лаборатории центра робототехники и АСУ ГАУ ДО ТО «РИО-Центр»;
- Рубина Наталья Валерьевна, начальник отдела образовательных программ ГАУ ДО ТО «РИО-Центр»;
- Лобанова Юлия Павловна, ведущий специалист по методической работе отдела образовательных программ ГАУ ДО ТО «РИО-Центр»;
- Руднева Ольга Владимировна, руководитель сектора учебно-организационной работы отдела образовательных программ ГАУ ДО ТО «РИО-Центр»;
- Грабовский Артем Игоревич, руководитель проектов отдела развития цифровых компетенций ГАУ ДО ТО «РИО-Центр».

Всего членов Совета: 7

Присутствовало членов Совета: 6

Все члены Педагогического совета о времени и месте проведения заседания извещены.

В соответствии с Уставом ГАУ ДО ТО «РИО-Центр» кворум для проведения заседания Педагогического совета имеется, заседание является правомочным.

Повестка:

Об утверждении учебной программы:

- «Интернет-маркетинг и информационные технологии в работе менеджера по продажам».

Слушали:

Ережепова А.О., который

Представил на рассмотрение учебную программу:

- «Интернет-маркетинг и информационные технологии в работе менеджера по продажам».

Решили:

Утвердить учебную программу:

- «Интернет-маркетинг и информационные технологии в работе менеджера по продажам».

Голосовали:

За – 6

Против – 0

Воздержались – 0

Председатель

Секретарь

А.О. Ережепов

Ю.П. Лобанова

