

Приложение № 1

К Приказу № 2026/у-МВЗп от 28 мая 2026

Утверждена
исполняющей обязанности руководителя
структурного образовательного подразделения ООО
«Кар Маркет Академия»
Мельниковой И. Н.



Дополнительная профессиональная программа
(повышения квалификации)
«Эффективная коммуникация рекламного телефонного менеджмента в рамках повышения автомобильных продаж. Расширенная программа»

Разработчик: Мельникова И.Н.

Москва, 2026

Раздел 1. Пояснительная записка

Содержание программы учитывает основные законы и законодательные акты в сфере образования, среди них:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ;
- Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (утверждён Постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. № 37);
- Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 в ред. от 27.02.2023 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

1.1. Цель реализации программы: совершенствование профессиональных компетенций обучающихся в области эффективной коммуникации рекламного телефонного менеджмента в рамках повышения автомобильных продаж.

1.2. Совершенствуемые/формируемые компетенции

№ п/п	Компетенции	Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
		Бакалавриат
		Код компетенции
1.	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории профессиональной деятельности	ОПК-4

1.3. Планируемые результаты

№ п/п	Уметь – знать	Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЕКС 2021 Менеджер по рекламе
		Бакалавриат	
		Код компетенции	Должностные обязанности
1.	Уметь: - эффективно коммуницировать с клиентом в ситуации неопределенности Знать - особенности телефонного менеджмента	ОПК – 4	Анализирует мотивацию спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги, организует изучение потребностей покупателей и определяет направленность проведения рекламных кампаний

	- структуру и стратегию эффективной телефонной коммуникации в контексте автомобильны х продаж		
--	--	--	--

1.4. Категория обучающихся: рекруты, претендующие на должность телефон-менеджеров.

1.5. Форма обучения: очно-заочная.

1.6. Трудоемкость: 23,5 академических часов.

Раздел 2. Содержание программы

2.1. Учебный план

№ п/п	Наименование разделов (модулей) и тем	Трудо- емкость, час	Аудиторные учебные занятия, учебные работы, час		Формы контроля
			Лекционные занятия, час	Практичес- кие занятия, час	
1	Введение	3	1	2	Практическая работа № 1 Диагностическое тестирование
2	Готовимся к звонку	2	1	1	Практическая работа № 2
3	Изучаем психологию клиента	1,5	0,5	1	Практическая работа № 3
4	Этапы звонка. Устанавливаем контакт	1,5	0,5	1	Практическая работа № 4
5	Этапы звонка. Изучаем потребности и возможности	2	1	1	Практическая работа № 5
6	Этапы звонка. Презентуем предложения	1,5	0,5	1	Практическая работа № 6
7	Этапы звонка. Работаем с возражениями	2	1	1	Практическая работа № 7
8	Этапы звонка. Завершаем продажу	1,5	0,5	1	Практическая работа № 8
9	Анализируем звонки и эффективность	2	1	1	Практическая работа № 9
10	Консультации по освоению программы	3,5	0	3,5	
11	Тренажер «Мастер входящих звонков». Подведение итогов	2,5	1,5	1	

12	Итоговая аттестация	0,5	0	0,5	Допуск к итоговой аттестации на основании совокупности минимум 7 практических работ, выполненных на положительную оценку. Итоговая аттестация в форме тестирования в соответствии с разд. 3 Положения об итоговой аттестации обучающихся по программам дополнительного профессионального образования. Тест состоит из 10 вопросов и считается сданным при результате не менее, чем 70 баллов (70%) образования.
13	Итого	23,5	8,5	15	

2.2. Календарный учебный график

Наименование раздела, темы	Объем нагрузки, час	Учебные недели					
		1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя	6 неделя
Введение	3	Л, ПЗ, ПР					
Готовимся к звонку	2	Л, ПЗ, ПР					
Изучаем психологию клиента	1,5	Л, ПЗ, ПР					
Этапы звонка. Устанавливаем контакт	1,5		Л, ПЗ, ПР				
Этапы звонка. Изучаем	2		Л, ПЗ, ПР				

потребности и возможности							
Этапы звонка. Презентуем предложения	1,5		Л, ПЗ, ПР				
Этапы звонка. Работаем с возражениями	2			Л, ПЗ, ПР			
Этапы звонка. Завершаем продажу	1,5			Л, ПЗ, ПР			
Анализ эффективност и	2			Л, ПЗ, ПР			
Консультации по освоению программы	3,5					ПЗ	ПЗ
Тренажер «Мастер входящих звонков». Подведение итогов	2,5				ПЗ		
Итоговая аттестация	0,5				ПЗ		

2.3. Рабочая программа

Наименование разделов/ модулей, тем	Виды учебных занятий / учебных работ, час	Содержание
Введение	Лекция, 1 ч	Знакомство участников с основными понятиями курса, куратором, целями, задачами, результатами курса, программой курса, правилами.
	Практическое занятие, 2 ч	Исследование опыта участников, анализ собственных звонков.
Готовимся к звонку	Лекция, 1 ч	Подготовка к звонку: настройка голоса, использование структуры звонка и скриптов, подготовка рабочего места.
	Практическое занятие, 1 ч	Самоанализ своей текущей подготовки к звонку, подготовить преимущества вашего автосалона.
Изучаем психологию клиента	Лекция, 0,5 ч	Типы потребностей клиентов и система вопросов их определения с уточнением подробностей и нюансов. Типы клиентов и особенности принятия решений.
	Практическое занятие, 1 ч	Анализ звонка и выделение особенностей клиента.
Этапы звонка. Устанавливаем контакт	Лекция, 0,5 ч	Особенности работы на этапе установления контакта.
	Практическое занятие, 1 ч	Анализ звонков по каждому этапу продаж, выделение сильных сторон и зон роста в каждом звонке. Анализ собственной практики звонков.
Этапы звонка. Изучаем потребности и возможности	Лекция, 1 ч	Особенности работы на этапе выявления потребностей и изучения возможностей.
	Практическое занятие, 1 ч	Анализ звонка на этапе изучения потребностей, выделение сильных сторон и зон роста в каждом звонке. Анализ собственной практики звонков.
Этапы звонка. Презентуем предложения	Лекция, 0,5 ч	Особенности работы на этапе презентации предложения.
	Практическое занятие, 1 ч	Анализ звонка на этапе презентации, выделение сильных сторон и зон роста в каждом звонке. Анализ собственной практики звонков.
Этапы звонка. Работа с возражениями	Лекция, 1 ч	Техники отработки возражения при продаже по телефону.
	Практическое занятие, 1 ч	Анализ звонка на этапе отработки возражения.

Этапы звонка. Завершение продажи	Лекция, 0,5 ч	Инструменты закрытия клиента на встречу. Договоренности о встрече.
	Практическое занятие, 1 ч	Анализ звонка на этапе завершения продажи.
Анализ эффективности	Лекция, 1 ч	Показатели эффективности деятельности менеджера по продажам: ежедневные, ежемесячные.
	Практическое занятие, 1 ч	Самоанализ своей работы по звонкам и определить дальнейшие шаги для развития своих профессиональных навыков.
Консультации по освоению программы	Практическое занятие, 3 часа	Консультация с целью отработки навыков и разбора вопросов обучающихся.
Тренажер «Мастер входящих звонков». Подведение итогов	Практическое занятие, 1,5 ч	Отработка вариантов действий менеджера на звонке.
	Лекция, 1 ч	Подведение итогов курса, разбор кейсов участников.
Итоговая аттестация	Практическое занятие, 0,5 ч	Допуск к итоговой аттестации на основании совокупности минимум 7 практических работ, выполненных на положительную оценку. Итоговая аттестация в форме тестирования в соответствии с разд. 3 Положения об итоговой аттестации обучающихся по программам дополнительного профессионального образования. Тест состоит из 10 вопросов и считается сданным при результате не менее, чем 70 баллов (70%).

Раздел 3. Формы аттестации и оценочные материалы

3.1. Промежуточная аттестация

Практическая работа № 1

Цель задания: провести самоанализ своих звонков до старта обучения.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 1.

Критерии оценивания:

- проведен самоанализ,
- прикреплены 2 звонка и проведен самоанализ неудачного звонка.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 2

Цель задания: провести самоанализ своей текущей подготовки к звонку, подготовить преимущества вашего автосалона.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 2.

Критерии оценивания:

- проведен самоанализ подготовки к звонку,
- подготовлены 3–5 преимуществ вашего автосалона.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 3

Цель задания: провести анализ звонка и отметить особенности клиента.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 3.

Критерии оценивания:

- проведен анализ клиента,
- подготовлен список: что удалось и не удалось сделать менеджеру,
- подготовлены рекомендации.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 4

Цель задания: отработать механики установления контакта с клиентом.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 4.

Критерии оценивания:

- проведен анализ звонка,
- подготовлен список: что удалось и не удалось сделать менеджеру,
- подготовлены рекомендации.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 5

Цель задания: провести анализ звонка на этапе выявления потребностей и возможностей.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 5.

Критерии оценивания:

- проведен анализ звонка,
- подготовлен список: что удалось и не удалось сделать менеджеру,
- подготовлены рекомендации.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 6

Цель задания: провести анализ звонка на этапе презентации.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 6.

Критерии оценивания:

- проведен анализ звонка,
- подготовлен список: что удалось и не удалось сделать менеджеру,
- подготовлены рекомендации.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 7

Цель задания: провести анализ звонка на качество отработки возражения.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 7.

Критерии оценивания:

- проведен анализ звонка,
- подготовлен ответ на возражение,
- подготовлены рекомендации.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 8

Цель задания: провести анализ звонка на этапе завершения продажи.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 8.

Критерии оценивания:

- проведен анализ звонка,
- предложены фразы для подведения итогов,
- подготовлены рекомендации.

Оценивание: зачет/незачет.

Практическая работа № 9

Цель задания: провести самоанализ своей работы по звонкам и определить дальнейшие шаги для развития своих профессиональных навыков.

Требования: работа осуществляется на основании теоретического материала, представленного в теме № 9.

Критерии оценивания:

- выполнены все три пункта практического задания,
- прикреплен и разобран свой звонок.

Оценивание: зачет/незачет.

3.2. Итоговая аттестация

На основании совокупности минимум 7 практических работ, выполненных на положительную оценку, обучающиеся допускаются к итоговой аттестации.

Итоговая аттестация проходит в форме тестирования в соответствии с разд. 3 Положения об итоговой аттестации обучающихся по программам дополнительного профессионального образования. Тест состоит из 10 вопросов и считается сданным при результате не менее, чем 70 баллов (70%).

При выставлении итоговой оценки по курсу преподаватель использует следующую шкалу:

Интервалы баллов	Оценка за итоговый тест
Все слушатели, кто получил за итоговый зачет от 0 до 69% баллов (включительно)	«Незачет»
Все слушатели, кто получил за итоговый зачет от 70% до 100% баллов (включительно)	«Зачет»

Раздел 4. Организационно-педагогические условия реализации программы

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

4.1.1. Нормативно-правовые документы

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174.

4.1.2. Основная литература

2. Мякушкин, Д.Е. — Искусство разговора по телефону. Учебное пособие / Д.Е. Мякушкин. — Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2007. — 20 с.
3. Легочкина, Е.Н. Культура речи и делового общения. Учебное пособие для студентов всех специальностей заочной формы обучения с применением дистанционных технологий / Легочкина Е.Н., Симанова Т.А. — 2-е издание — Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2008. — 140 с.
4. Жигилий, Е. Мастер звонка. Как объяснять, убеждать, продавать по телефону / Жигилий Евгений. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 310 с.

4.2. Материально-технические условия реализации программы

Материально-технические условия: занятия проводятся в учебном кабинете, соответствующем действующим санитарным нормам и требованиям. Оборудование учебного кабинета: рабочее место слушателя (парта и стул) – 14 шт., плазменный телевизор, маркерная доска.

При организации образовательного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий занятия проводятся вне учебного кабинета дистанционно в соответствии с Положением об использовании электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ООО «Кар Маркет Академия».

4.3. Кадровые условия реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее направленности дополнительной профессиональной программы повышения квалификации.