

MASTER SALES – Zarządzanie sprzedażą

- Kierunek - studia podyplomowe

2 semestry **OD PAŹDZIERNIKA**

Opis kierunku

UWAGA!

Aktualnie nie prowadzimy rekrutacji na ten kierunek.

Zostaw kontakt, poinformujemy Cię kiedy ruszy nowa rekrutacja.

Każdy, kto na co dzień zajmuje się sprzedażą, wie jak ważne jest nadążanie za trendami, podążanie za klientem i nieustanny rozwój. Z myślą o tych osobach stworzyliśmy zaawansowany program Master Sales - Zarządzanie Sprzedażą.

Celem studiów jest podniesienie kompetencji i umiejętności menedżerów sprzedaży. Menedżer sprzedaży działa w czterech obszarach: biznesu, klientów, organizacji i zespołu. Program zaawansowany osadzonych jest na tych czterech obszarach. Kierowany jest do kadry menedżerskiej najwyższego i średniego szczebla, którzy w swoich obszarach odpowiedzialni są za zarządzanie sprzedażą oraz negocjacje. Poznasz nowoczesne trendy wspierające osiąganie najlepszych wyników, narzędzia kształtowania i wpływania na relacje z pracownikami, podwładnymi i zarządem oraz nowoczesne metody zarządzania. Dzięki udziałowi w zajęciach będziesz potrafił skutecznie i samodzielnie radzić sobie w kluczowych momentach ich pracy. Docenisz wymianę doświadczeń biznesowych i możliwość konfrontacji swojej codziennej praktyki z najlepszymi wzorcami. Wykładowcy, trenerzy i eksperci rozwijać będą u Ciebie kluczowe obszary kompetencji, tj. zarządzania przedsiębiorstwem w warunkach konkurencyjnych, negocjacji międzynarodowych, zarządzania kanałami dystrybucji, rekrutacji, budowania marki, siły i mądrości zespołów sprzedażowych. Doświadczysz również, w jaki sposób wykorzystywać zwinne metody zarządzania, tzw. agile, w zakresie współpracy zespołowej oraz z klientami, tak, żeby przełożyć to na efektywność organizacyjną i biznesową.

Co zyskujesz?

Otrzymasz dyplomy Wyższej Szkoły Bankowej i Pasji GDT. Kończąc studia wzbogacony będziesz o nową wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne. Zajęcia prowadzone są w stylu praktycznych warsztatów i naukę przez doświadczenie. Każdy moduł studiów prowadzony jest przez eksperta - praktyka w danej dziedzinie i/lub trenera, coacha biznesowego.

Dodatkowo otrzymasz narzędzie symulacyjne do indywidualnego trenowania zachowań w procesie negocjacji.

Dla kogo?

Kadra menedżerska pracująca w obszarach sprzedaży, z doświadczeniem i wiedzą na temat zarządzania sprzedażą i negocjacjami.

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku **MASTER SALES – Zarządzanie sprzedażą.**



Liczba miesięcy nauki:
10



Liczba godzin: **176**



Liczba zjazdów: **11**



Liczba semestrów: **2**

Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencyjnych (16 godz.)

Analiza rynku i wskaźniki marketingowe.

Zarządzanie portfelem produktów.

Strategie cenowe.

Zarządzanie siecią dystrybucji.

Wskaźniki komunikacji marketingowej.

Rachunkowość zarządcza.

Będziesz potrafił zarządzać portfelem produktów i finansami.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między torun a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Zarządzanie finansowe (16 godz.)

Controlling finansowy dla sprzedawców.

Język finansów dla sprzedawców.

Rachunek zysków i strat.

Rodzaje rabatów i sposób ich rozliczania.

Świadome zarządzanie zyskiem – matematyka i kalkulacje.

Dynamika kosztów, marża, punkt rentowności, koszt pieniądza w czasie, znaczenie struktury asortymentowej.

Strategie cenowe.

Systemy premiowe dla sprzedawców w połączeniu z wynikami finansowymi.

Mierniki premiowe dla Działów Sprzedaży – w zależności od poziomu w strukturze.

Będziesz potrafił przeprowadzić controlling finansowy dla sprzedawców. Będziesz w stanie opracować strategie cenowe i systemy premiowe dla sprzedawców.

Negocjacje (16 godz.)

Idealna postać negocjatora wraz z jego osobowością. Test na style negocjacyjne.

Merytoryczne i mentalne przygotowanie się do negocjacji.

Co ma wspólnego żeglarstwo z negocjacjami? 5 kroków strategii przełamujących.

Wojny psychologiczne oraz podstępne taktyki, manipulacja czasem.

Konflikt w negocjacjach – przyczyny i sposoby rozwiązywania.

Gra strategiczna „Gra z posłańcem”.

Będziesz potrafił stosować adekwatne style komunikacji werbalnej i niewerbalnej niezależnie od tego z kim masz do czynienia. Będziesz potrafił skutecznie przygotować się do prowadzenia negocjacji.

Negocjacje międzynarodowe – strategie wejścia produktów na rynki zagraniczne (16 godz.)

Istota, pojęcie, znaczenie negocjacji w handlu międzynarodowym.

Styl negocjacji obowiązujący w Stanach Zjednoczonych, Europie, w Chinach.

Styl negocjacji w krajach Bliskiego Wschodu.

Znaczenie mentalności narodowej w negocjacjach handlu międzynarodowego.

Podstawy prawne negocjacji w handlu międzynarodowym.

Etapy procesu negocjacyjnego.

Perswazja, wywieranie wpływu, techniki negocjacyjne.

Różnice kulturowe w negocjacjach międzynarodowych.

Negocjacje multikulturowe jako spojrzenie na wszystkie czynniki wpływające na efekt negocjacji.

Będziesz posiadał kompetencje do prowadzenia negocjacji międzynarodowych. Będziesz potrafił komunikować się międzykulturowo.

Zaawansowane techniki perswazji i efektywna komunikacja w ujęciu transpersonalnym (16 godz.)

Komunikacja perswazyjna i meta programy.

Mapy świata.

Subiektywne systemy percepcji.

Rola synchronizacji trzypoziomowej w procesie efektywnej komunikacji.

Synchronizacja i desynchronizacja w różnych kontekstach procesów relacyjnych.

Metaprogramy – nieświadome filtry percepcji.

Efektywna komunikacja w ujęciu transpersonalnym, czyli wewnętrznie zintegrowana efektywność w relacjach z sobą i z ludźmi.

Jak działa komunikacja na poziomach transpersonalnych.

Osobowość i role, separacja, świadome zarządzanie procesem komunikacji.

Obszary aktualizacji w komunikacji: potrzeby, wartości i faktory atrakcji.

Będziesz potrafił stosować zaawansowane techniki perswazji i skutecznie zarządzać ludźmi. Świadomie będziesz wpływał na wzrost efektywności kontaktów ze współpracownikami, klientami, partnerami w biznesie.

Zarządzanie kanałami dystrybucji – czym się różni B2B od B2C (16 godz.)

Uczestnicy rynku. Kto jest najważniejszy dla rozwoju mojego biznesu?

Pricing i warunki handlowe.

Potrzeby i przyzwyczajenia uczestników rynku.

Spójność cen i warunków handlowych oraz logika ich różnicowania.

Inne elementy modelu cen i warunków handlowych.

Obsługa poszczególnych uczestników.

Struktura sił sprzedażowych i jej konsekwencje.

Siły wsparcia sprzedaży.

Monitoring i coaching.

Kontrola procesów i wskaźników finansowych.

Analiza biznesowa.

Kontrola finansowa – silne, niezależne, wielopoziomowe raporty wskaźników finansowych.

Będziesz potrafił odnaleźć się jako uczestnik rynku i określić kto jest najważniejszy dla rozwoju biznesu. Będziesz w stanie korzystać z narzędzi coachingowych i mentoringowych.

Rekrutacja handlowców z poziomu menadżerskiego (16 godz.)

Co jest na początku? – mowa o wizerunku pracodawcy.

Kto i za co odpowiada w procesie rekrutacji? – Współpraca z działem personalnym.
Skąd wziąć tych ludzi? – źródła i metody pozyskiwania handlowców na trudnym rynku.
Jak dojść od opisu stanowiska do wymaganych kompetencji? – definiowanie kluczowych kompetencji w sprzedaży.
Jak czytać CV? – analiza dokumentów kandydatów.
Jak zmierzyć to, co trudno mierzalne – czyli o narzędziach pomiaru kompetencji.
A co poza zadawaniem pytań? – Inne dostępne narzędzia w rekrutacji handlowców, ich zalety i wady.
Przygotowanie zadań interaktywnych w rekrutacji, słowo o rywalizacji.
Negocjacje płacowe i przygotowanie oferty zatrudnienia w sytuacji rynku pracownika.

Będziesz potrafił przeprowadzić proces rekrutacji zgodny z oczekiwaniami. Będziesz w stanie korzystać z narzędzi pomiaru kompetencji potrzebnych przy rekrutacji.

Branding Company – budowanie marki, social media (16 godz.)

Zmierzch kultury komunikatów i oświadczeń, czyli współpraca sprzedażowa z dziennikarzem w dobie mediów elektronicznych.
Polityka słowa, czyli sztuka wystąpień publicznych ze slajdami w tle. Trening budowania narracji oraz warsztaty tworzenia angażujących prezentacji w dobie emotikonów i języka obrazkowego.
Kryzysy w socialu wybuchają w święta i weekendy. Jak zdiagnozować, kiedy kryzys w sieci rzeczywiście jest kryzysem, kiedy zwykłą burzą internetową, a kiedy celowym działaniem na niekorzyść marki, czy produktu. Czy warto wzniecać pożar, żeby samemu go ugasić.
Marka korporacyjna i jej komunikacja. Lista grzechów głównych we współpracy zarządu/kierownictwa/sztabu z szefem komunikacji nad promocją produktu.

Będziesz potrafił budować markę swoją i firmy, która reprezentuje. Będziesz umiał przygotować prezentacje w dobie języka obrazowego.

Siła i mądrość zespołu – wzmacnianie efektywności prowadzenia spotkań zespołowych (16 godz.)

Poszukiwanie i odnajdywanie rozwiązań wspólnie z zespołem.
Dostosowanie formuły spotkania zespołowego do zakładanego celu.
Jak to robicie ...? – sesje najlepszych praktyk.
Sprzedaż nie jedno ma imię – grupowe rozwiązywanie studiów przypadku.
Action Learning.
Zaczarowane markery – myślenie wizualne, jako metoda wspierająca prowadzenie spotkań zespołowych.
Rysować każdy potrafi, choć nie każdy jest tego świadomy – elastyczność myślenia, wyobraźni i ... ręki.
A teraz wam pokażę! – zaawansowane struktury wizualne.

Będziesz potrafił dostosować formułę spotkania zespołowego do zakładanego celu. Będziesz umiał współdziałać i pracować ze zespołami sprzedażowymi, współpracownikami i zwierzchnikami.

Zwinne zarządzanie projektami – wykorzystanie narzędzi agile w sprzedaży (16 godz.)

Jak robić dwa razy więcej dwa razy szybciej - zarządzanie projektami w metodyce agile, a podejście tradycyjne.

Przegląd elementów Scrum – role, wydarzenia, narzędzia, reguły.

Organizacja zespołu projektowego i szacowanie czasochłonności.

Agile w praktyce – definiowanie wymagań w formie User story, sprint .

Przydzielanie zadań i ich priorytetyzacja.

Komunikacja w zespole agile’owym.

Będziesz potrafił zorganizować projekt i przeprowadzić go w oparciu o metodykę scrum. Będziesz w stanie komunikować się z zespołem wykorzystując narzędzia agile.

FORMA ZALICZENIA

Praca dyplomowa - tematyka dowolna łącząca aspekty związane ze studiami oraz reprezentowanym biznesem.

Test wiedzy.

Partnerzy kierunku



Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

Zapisując się do 25 kwietnia, zyskujesz 1200 zł, dzięki:

800 zł zniżki w czesnym rozliczanej przez cały okres studiów,
proporcjonalnie do wybranego systemu ratalnego,

400 zł dzięki zwolnieniu z opłaty wpisowej.

do 25 kwietnia

czesne już od

237 zł ~~274 zł~~

miesięcznie