

**МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ
РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ»**

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ
ТОРГОВЛИ
на 2012 год**

Минск-2012

Мы готовим профессионалов!

**Торговля не разорила еще
ни одного народа.**

Бенджамин Франклин

Уважаемые коллеги!

Розничная торговля – это жестокий бизнес. За последнее время ни один из секторов экономики не претерпел столь разительных трансформаций, чем торговля. Даже если Вы директор успешного магазина, и Вам кажется, что Ваша концепция розничной торговли удачна, то на практике ее «удачность» смогут оценить только Ваши конкуренты, как только переступят порог Вашего магазина. Открыв дверь в Ваш магазин, конкуренты имеют прекрасную возможность изучить Ваш подход к мерчендайзингу, ценовой политике и продвижению товаров, квалифицированность Вашего персонала, увидеть как на ладони все Ваши слабые стороны и, в большинстве случаев, применить это против Вас.

Сегодня, для того чтобы быть на вершине Олимпа Ретейла необходимо предугадывать и вовремя реагировать на изменения в поведении покупателей, своевременно применять новые технологии розничных продаж. Адаптация к новым тенденциям в розничной торговле потребует от Белорусского ретейла быстрой перестройки своей бизнес-модели. Без этих перемен предприятие розничной торговли утратит свои конкурентные преимущества на динамично изменяющемся рынке ретейла.

Вот уже 20 лет мы вместе с Вами готовим профессионалов для отрасли торговли. Мы готовы пройти с Вами этот трудный путь и помочь одержать победу в борьбе за лучшие места на рынке ретейла.

Учреждение образования «Государственный институт повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов» Министерства торговли Республики Беларусь является головным по всем направлениям повышения квалификации и переподготовки руководящих работников и специалистов с высшим и средним специальным образованием, а также по рабочим профессиям отрасли, независимо от форм собственности организации.

Институт в 2012 году приглашает Вас и Ваших сотрудников **повысить квалификацию, пройти семинары-бизнес тренинги и переподготовку по следующим направлениям.**

➤ Программы и специальные курсы повышения квалификации предусматривают изучение актуальных вопросов экономики и права, маркетинга, менеджмента, логистики, бизнес-планирования, коммерческой и внешнеэкономической деятельности, а также перспективных форм и методов управления организацией и персоналом. Учебные планы и программы базируются как на белорусском, так и на международном опыте управления и организации торговли, общественного питания и сферы услуг.

➤ В процессе обучения предусмотрено посещение передовых организаций отрасли для обмена опытом как на ведущих предприятиях Республики Беларусь, так и за рубежом:

Занятия со слушателями проводят лучшие играющие бизнес-тренеры Республики Беларусь, профессорско-преподавательский состав института, преподаватели ведущих учреждений образования, высококвалифицированные руководители и специалисты Министерства торговли, других министерств и ведомств Республики Беларусь.

➤ Слушатели могут бесплатно получить индивидуальные консультации психолога и пройти психологическое тестирование (креативность, коммуникабельность, конфликтность, интеллект).

➤ Слушатели групп повышения квалификации по завершению обучения **получат свидетельство государственного образца, и методические материалы, ридеры.**

➤ По заявкам организаций институт проводит **выездное (корпоративное) обучение** непосредственно в организациях. По желанию заказчика разрабатываются программы обучения, учитывающие специфику деятельности организации и запросы заказчика.

➤ В институте можно провести компьютерную диагностику Вашего персонала: тестирование на профессиональную пригодность.

➤ Работники, имеющие высшее и среднее специальное образование, могут в институте пройти **переподготовку** по экономическим специальностям (заочная форма обучения). По завершению обучения им присваивается новая квалификация в соответствии с выбранной специальностью и выдается **диплом государственного образца.**

➤ Работники, имеющие профессионально-техническое образование, могут в институте пройти **переподготовку** и получить профессию: «продавец», «официант», «бармен»,

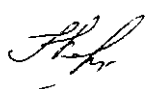
«контролер-кассир» По завершению обучения выдается **свидетельство государственного образца**

➤ Стоимость обучения слушателей определяется в соответствии с постановлением Министерства образования от 03.02.2000 № 1 «Порядок формирования стоимости платного образования в учебных заведениях».

➤ По заявкам организаций возможно проведение **обучения с выездом в страны ближнего и дальнего зарубежья** для ознакомления с организацией работы предприятий торговли, общественного питания и сферы услуг.

С уважением

Ректор



Н.Ю.Королева

e-mail: gipkr@mail.ru

WWW.GIPKR.COM

Тел.: (017) 205-05-31, 204-45-29, 200-68-22, 200-49-91

**Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 09 – 13 января 2012 года**

Целевая аудитория

Руководители организаций торговли, их заместители, товароведы

модули

- **Стратегия управления розничным магазином.**
- **Бренд-менеджмент: создание собственного стиля.**
 - Технология рождения бренда. Процесс создания имени. Стратегии управления брендом. Бренд-билдинг.
 - Концепции позиционирования бренда. Конкурентные преимущества. Ребрендинг.
 - Корпоративная и организационная культура в бренд-менеджменте
- **Современные подходы к управлению персоналом.**
 - Мотивация трудовой активности персонала.
 - Конфликты и стрессы. Управление «трудными» ситуациями.
 - Самоменеджмент. Тайм-менеджмент современного руководителя.
- **Мерчендайзинг – практический инструмент роста эффективности розничного магазина.**
 - Основные концепции мерчендайзинга.
 - Визуальный мерчендайзинг: практическое применение.
 - Выкладка товара: общие правила и законы.

Успех следует измерять не столько положением, которого человек достиг в жизни, сколько теми препятствиями, какие он преодолел, добиваясь успеха



Б.Вашингтон

Программа курса 5 дней / 40 часов**Срок обучения 16 – 20 января 2012 года****Целевая аудитория****Продавцы****модули**

- Основная модель эффективных продаж. Установление контакта с покупателем.
- Типы покупателей, работа с «трудным» покупателем.
- Коммуникативная компетенция продавца: правило интересного собеседника, умение слушать и задавать вопросы.
- Презентация товара. Правило «СВ».
- Причины возражений покупателя. Алгоритм работы с ними.
- «Можно» и «Нельзя» в торговом зале. Способы завоевания покупателя.
- Предотвращение стресса в работе продавца. Развитие стрессоустойчивости.

Торговля еще не разорила ни одного народа

ИСКУССТВО КОНКУРЕНЦИИ В РОЗНИЦЕ: КАК ИЗБЕЖАТЬ КОНКУРЕНТОВ НЕ СНИЖАЯ ЦЕН **Январь 2011**

Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 23 – 27 января 2012 года

Данный курс – это оперативная программа действий: организационные, финансовые и др. мероприятия, приводящие к увеличению потенциала предприятия.

Целевая аудитория **Директоры, заведующие магазинами, секциями, отделам и их заместители**

модули

- **Анализ конкурентного статуса торговой организации**
- **Оценка конкурентоспособности торговой организации**
 - Матрица SWOT-анализа и ее использование в деятельности торговой организации.
 - Качество торгового обслуживания и его основные составляющие элементы.
 - Показатели оценки конкурентоспособности товара.
 - Конкурентные преимущества в торговой сфере, их сущность и формирование.
 - Ценовые аспекты конкурентоспособности в системе торговли.
- **Экономическая основа конкурентоспособности в организациях розничной торговле**
 - Инновационный механизм управления товарными запасами торговой организации.
 - Основные направления повышения эффективности торгово-хозяйственной деятельности.
 - Система управления персоналом в современных условиях конкуренции.
 - Структурный менеджмент торговой организации, его особенности.
- **Культура делового общения**

Даже маленькая практика стоит большой теории.

Закон Букера.



**Программа курса 5 дней/40 часов
Срок обучения 30 января - 03 февраля 2012 года**

**Целевая
аудитория**

**Коммерческие директора, заведующие магазинами,
отделами, их заместители, товароведы**

модули

- **Управление товарными категориями в розничной сети.**
 - Предпосылки внедрения.
 - Базисные уровни внедрения категорийного менеджмента и их особенности.
 - Политика управления торговым пространством.
 - Планограмма выкладки продукции в категории.
 - Критические точки.
 - Риски внедрения категорийного менеджмента.

- **Классификация ролей товарных категорий.**
 - Формирование товарной категории.
 - Виды ролей, выбор ролей в соответствии с заданными целями.
 - Определение стратегии товарной категории.
 - Определение тактики товарной категории.
 - Проведение анализа товарной категории и оценка эффективности товарной категории.

- **Формирование ассортиментной матрицы.**
 - Процедура формирования.
 - Стадии формирования ассортиментной матрицы.
 - Сбалансированность ассортимента по количеству категорий и соотношению товарных позиций.
 - Разработка планов мерчендайзинга.

***Когда человек не знает,
К какой пристани он держит путь,
Для него ни один ветер не будет
попутным***



Сенека

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 06 – 10 февраля 2012 года

Целевая аудитория

Главные бухгалтеры, бухгалтеры и их заместители

Цель курса

Изучение изменений в налоговом законодательстве 2012 г., методов расчетов налогов

модули

- Изменения в законодательстве по налогообложению в 2012 г.
- Планирование налогов и платежей во внебюджетные фонды.
- Нормативно-правовая база и документальное оформление хозяйственных операций в бухгалтерском учете и налоговых регистрах.
- Подоходный налог.
- Отражение в бухгалтерском учете НДС.
- Налоги, уплачиваемые из прибыли. Изменение ставки взимания
- Налог при возмещении материального ущерба при недостачах и порчи товаров и ТМЦ.

***В жизни нет большего удовольствия, чем
удовольствие от преодоления трудностей
на пути к успеху***



С.Джонсон

Программа курса 5 дней / 40 часов**Срок обучения 13 – 17 февраля 2012 года**

Вы узнаете, как создать эффективный склад, как правильно размещать товар на складе, как быстро и безошибочно комплектовать заказ, как правильно управлять складскими запасами, как поставить учет на складе. Ознакомитесь с современными концепциями, принципами и закономерностями складской логистики

Целевая аудитория**Заведующие складами, специалисты по логистике****модули**

- Построение логистического и технологического процесса на складе.
- Система размещения товаров на складе по методу ABC-анализа.
- Выбор технологического оборудования и определение необходимого количества.
- Логистическое формирование грузовой единицы.
- Правила приемки товаров по количеству и качеству. Инвентаризация: результаты, анализ.
- Списание товарно-материальных ценностей. Определение стоимости по возмещению ущерба.
- Современная система автоматизации складского учета.
- Управление переговорным процессом. Подготовка и планирование переговоров о закупках товара.
- Стратегии переговоров с поставщиком. Мягкие и жесткие стратегии переговоров
- Установление контакта с поставщиком. Техники эффективного общения

Не учись уловкам в торговле – учись торговле*Народная мудрость*

Квалификационный экзамен с повышением разряда

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 13 – 17 февраля 2012 года

**Целевая
аудитория
модули**

Продавцы

- Пятишаговая модель процесса продажи: основные правила и технологии. Формула успеха продаж.
- Базовые технологии общения. Типы и техника слушания. Правила интересного собеседника.
- Техника управления ситуацией с помощью вопросов.
- Потребности клиента: что необходимо знать продавцу. Пирамида потребностей. Правила аргументации.
- Основные покупательские мотивы. Типология клиентов.
- Представление товара. Эффект презентации.
- Работа продавца с возражениями: эффективные методы. Правила работы с жалобами. Психологические способы обоснования.
- Стресс в работе продавца, приёмы его преодоления.
- Мерчендайзинг и его основные принципы. Законы мерчендайзинга.
- Типы и методы выкладки товара: преимущества и недостатки. Порядок марок, сортов и упаковок.
- Визуальный мерчендайзинг. Секреты эффективного представления товара. Концепции мерчендайзинга.
- Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»: изменения и дополнения.
- Основные правила ведения розничной торговли в Республике Беларусь.

**Самое важное понятие в маркетинге -
понятие бренда.**

**Если вы не бренд - вы не существуете. Кто
же вы тогда? Вы - обычный товар**

Филипп Котлер



**Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 20 – 24 февраля 2012 года**

Данный курс – практический инструмент для роста эффективности розничного магазина, создание маркетинговых инструментов для повышения доходности торгового объекта

Целевая аудитория **Директоры и владельцы магазинов, начальники отделов продаж, специалисты по маркетингу и продажам, товароведы**

модули

- **Магазин: технология получения максимальной прибыли.**
 - Требования покупателя к магазину.
 - Анализ конкурентов в зависимости от целевой аудитории.
 - Конкурентная разведка: цели и инструменты.
 - Правила SWOT-анализа в рознице.
- **Мерчендайзинг – практический инструмент роста эффективности розничного магазина.**
 - Управление ассортиментом и категорийный менеджмент. Управление набором категорий.
 - Традиционный маркетинг розничного магазина. Роль витринистики.
 - Визуальный мерчендайзинг: практическое использование. Нейромаркетинг.
 - Методы мерчендайзинга: мерчендайзинг торговой точки, мерчендайзинг торговой марки, продвижение торговых точек.
 - Выкладка товара: общие правила и приемы.
 - Принципы разработки планограмм.
- **Психологические аспекты мерчендайзинга.**
- **Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей».**

Мерчендайзинг - это средство заставить людей нуждаться в том, о чем они раньше не слышали.



Марти Ларни

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 27 февраля – 2 марта 2012

Данный курс поможет систематизировать свои знания по организации юридической службы на предприятии

Целевая аудитория **Руководители и специалисты юридических служб**

модули

- **Вопросы организации работы юридической службы на предприятии: взаимодействие с другими службами, структурами предприятия.**
 - Организация локального нормотворчества и учета нормативных актов на предприятии.
 - Актуальные вопросы организации работы по заключению договоров на предприятии.
 - Поставка товаров. Договор поставки. Ответственность за не исполнение договорных обязательств. Исковая работа.
 - Роль правовой службы в обеспечении сохранности на предприятии коммерческой тайны
- **Трудовой кодекс: актуальные вопросы, практика применения.**
 - Особенности правового регулирования контрактной формы найма работников.
 - Материальная ответственность работников за ущерб, причиненный нанимателю при использовании трудовых обязанностей. Ответственность нанимателя за вред, причиненный жизни и здоровью работников, связанный с использованием трудовых обязанностей.
- **Современная организация претензионной и исковой работы. Возмещение ущерба на предприятии.**
- **Закон Республики Беларусь о борьбе с коррупцией.**
- **Современный электронный документооборот.**
- **Защита прав потребителей в Республике Беларусь.**
- **Правовое обеспечение организации охраны труда в торговле.**

**Нет неразрешимых проблем,
есть непринятые решения**

Борн Э.



Программа курса 5 дней / 40 часов**Срок обучения 12 – 16 марта 2012 года**

Данный курс поможет овладеть основными инструментами маркетинга и развить маркетинговое мышление при принятии управленческих решений; оценивать эффекты от маркетинговой политики магазина. Научит проводить диагностику своего магазина, выявлять слабые и сильные стороны предприятия

Целевая аудитория **Руководители организаций, заведующие магазинами, отделами, их заместители, коммерческие директора, руководители маркетинговых служб, товароведы**

модули

- **Экономические аспекты маркетинга.**
 - Стимулирование продаж в условиях спада потребительской активности.
 - Маркетинговые исследования как инструмент замера удовлетворенности потребителя. Опросные исследования.
 - Применение матрицы ABC и XYZ-анализа при управлении ассортиментом. Анализ внутри ассортимента: SKI и фейсинг.
 - Цена в системе торгового маркетинга.
 - Способы оптимизации запасов в магазине.
- **Маркетинг XXI века в розничной торговле.**
 - Традиционные приемы незатратного маркетинга.
 - Альтернативный маркетинг в рознице, выгоды, эффекты, ограничения и риски.
 - Основные приемы «полупартизанского» маркетинга.
 - Приемы эффективной наружной и внутренней навигации.
 - Маркетинг слухов и «сарафанного» радио.
 - Эмпирический маркетинг: цвет, запах, свет работает на магазин.
 - Диагностика ошибок маркетинга.
 - Использование средств ATL и BTL.
 - Возможности интернет-маркетинга.
- **Психологические аспекты маркетинга в торговле.**
- **Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей».**
- **Закон Республики Беларусь «О рекламе»: актуальные вопросы регулирования рекламной деятельности в торговле**

У служебной лестницы нет перил..



Александр Фюрстенберг

Квалификационный экзамен с повышением разряда

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 12 – 16 марта 2012 года

**Целевая
аудитория
модули**

Продавцы

➤ **Компоненты, необходимые для успешного продавца.
Особенности розничной продажи.**

- Выявление потребностей. Вопросные технологии. «Переключение» покупателя на другой товар.
- Презентация товара. Продажа необходимой покупателю ценности. Создание желания обладать. Как не впасть в ловушку сравнения.
- Возражения клиента. Алгоритм работы с возражениями. Возражение относительно цены.
- Завершение продажи. Сигналы о готовности купить.

➤ **Качества успешного продавца.**

- Личностные качества, способствующие успеху в продажах.
- Коммуникативные навыки продавца как основа успешной продажи.
- Искусство общения с «трудным» покупателем.
- Стресс в работе продавца, приемы его преодоления.

➤ **Современные технологии продаж.**

- Мерчендайзинг и его основные принципы, законы.
- Типы и методы выкладки товара: преимущества и недостатки. Порядок марок, сортов и упаковок.
- Визуальный мерчендайзинг. Секреты эффективного представления товара.
- Концепции мерчендайзинга. Основные ошибки, недопустимые в торговом зале.
- Планограммы. Программное обеспечение для разработки планограмм.

➤ **Экономические основы продаж.**

➤ **Основные подходы к использованию Постановления Министерства торговли Республики Беларусь «Об ассортиментных перечнях товаров».**

➤ **О практике применения Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей».**

➤ **Основные правила ведения розничной торговли в Республике Беларусь.**

***Всегда не хватает минимума, чтобы достичь
максимума***

Геннадий Малкин



Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 19 – 23 марта 2012 года

Целевая аудитория

Заведующие секциями, отделами и их заместители, товароведы, администраторы торговых залов

модули

➤ **Особенности оформления интерьера розничного магазина.**

- Внешнее оформление магазина. Требования к фасадной части фирменного магазина.
- Планирование торгового пространства. Зонирование базовых и дополнительных ассортиментных групп.
- Дизайн интерьера. Зонирование товаров «распродажи».

➤ **Визуальный мерчендайзинг: шесть основных законов.**

- Закон уровня глаз.
- Закон фигуры и фона.
- Закон распределения полочного пространства.
- Закон группировки.
- Закон мертвой зоны.
- Закон переключения внимания.

➤ **Основные компоненты микромира магазина
Технология привлечения покупателя.**

- Правильность оформления витрины: точка фокуса.
- Язык цвета. Характерные цветосочетания и символики цвета розничного магазина.
- Система освещения. Арома-маркетинг. «Золотое правило» музыки в розничной торговле.
- Внутримагазинная реклама. Виды рекламы.
- Основные принципы выкладки. Особенности праздничной выкладки.

Мерчендайзинг - это средство заставить людей нуждаться в том, о чем они раньше не слышали.



Марти Ларни

Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 26 – 30 марта 2012 года

Вы получите комплексное представление о том, как организовать систему снабжения на предприятии, оптимизировать управление закупками, научитесь находить способы разрешения сложных ситуаций.

Целевая аудитория **Руководители организаций и их заместители, товароведы, заведующие складами**

модули

➤ **Закупочная логистика в деятельности торгового предприятия.**

- Методологический аппарат логистики и её моделирование в экономической системе.
- Ассортиментная политика в розничной торговле. Анализ и планирование ассортимента – основа закупок в торговле.
- Взаимосвязь маркетинговой и логистической составляющей в процедуре закупок. Правила эффективности закупок.
- Этапы процесса осуществления закупок. Основные методы закупок.
- Управление базой поставщиков. Критерии и методы выбора поставщиков.
- Документооборот в закупках и формы оплаты товара.
- Подготовка и размещение заказа. Технология VMI. Получение и проверка товара.
- КРІ в управлении закупками.

➤ **Управление запасами в сфере снабжения.**

- Назначение и виды запасов.
- Модели и системы управления запасами

➤ **Правовое обеспечение деятельности торгового предприятия**

- Актуальные вопросы трудовых отношений с нанимателем.
- Правовое обеспечение процесса закупок.
- Претензионно-исковая работа, порядок разрешения споров, арбитраж.

➤ **Психология делового общения.**

Не ищи ошибку; ищи, как ее исправить
Генри Форд



**Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 02 – 06 апреля 2012 года**

Вы узнаете:

- Как грамотно построить отношения с поставщиками?
- Как избежать потерь и получить дополнительную прибыль с помощью оптимального ассортимента?
- Как правильно оценить эффективность изменений в магазине?
- Как ввести стандартизацию в «нестандартных» магазинах?

Целевая аудитория

Руководители и специалисты, участвующие в формировании ассортиментной политики и экономических показателей магазина (заведующие магазинами, отделами, секциями, их заместители, товароведы, администраторы торговых залов)

модули

- **Ассортиментная политика как фактор повышения конкурентоспособности розничного магазина.**
 - Концепция магазина и её значение при формировании ассортимента.
 - Значение матрицы ABC и XYZ – анализа. Оптимизация ассортимента.
 - Формирование ассортимента магазина. Ассортиментная матрица.
 - Основные ошибки при работе с ассортиментом.
 - Технология составления планограмм. Критерии эффективности планограмм.
 - Система штрих-кодирования на основе систематизации ассортимента.
- **Ценообразование в торговом маркетинге.**
 - Цели ценообразования и влияющие на него факторы
 - Стратегии ценообразования в розничной торговле.
 - Методы ценообразования в розничной торговле.
- **Маркетинг в розничной торговле.**
 - Методы изучения покупательской среды.
 - Эффективный мерчендайзинг.
 - Дополнительные элементы комплекса торгового маркетинга.
- **Поведение покупателей в розничной торговле.**
 - Модели покупательского поведения.
 - Мотивация покупателей.
 - Процесс выбора магазина и совершения покупок.
- **Культура делового общения.**

Торговля знает меру, вес да счет

Русская пословица



**Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 09 – 13 апреля 2012 года**

Целевая аудитория Коммерческие директора, товароведы, заведующие магазинами, секциями, отделами и их заместители

модули

- **Экономические аспекты деятельности магазина.**
 - Система методов прогнозирования и стимулирования продаж в новых экономических условиях.
 - Инновационная деятельность торгового предприятия в сфере управления ассортиментом.
 - Формирование объемов продаж через систему эффективного ценообразования.
- **Эффективный мерчендайзинг.**
 - Законы мерчендайзинга, их реализация.
 - Визуальный мерчендайзинг. Секреты эффективного представления товара.
 - POS-материалы и реклама в местах продаж.
 - Планограммы. Программное обеспечение для разработки планограмм для условий деятельности торгового предприятия.
- **Коммуникативный мерчендайзинг, его особенности.**
 - Психологические аспекты поведения покупателей. Покупательские роли, определение и подход к ним.
 - Стандарты обслуживания покупателя. Работа персонала в торговом зале.
 - Управление конфликтными ситуациями, их разрешение.
 - Стресс-менеджмент.
- **Правовое обеспечение деятельности торгового предприятия**

***Нет ничего невозможного, и есть пути, ведущие отовсюду;
и если у вас имеется достаточно воли, то всегда
найдутся и средства***



Ф.Ларошфуко

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 16 – 20 апреля 2012 года

Целевая аудитория Заведующие магазинами, отделами, секциями

Модули

- **Розничная торговля в новых условиях хозяйствования.**
 - Мерчендайзинг-бук как средство эффективных продаж.
 - Оптимизация торгового пространства и работа над законом расположения товара с использованием внедрения фейсинга.
 - Перекрестный мерчендайзинг. Формирование современных потребительских комплексов.
- **Современная ассортиментная политика магазина и рыночные методы управления ассортиментом.**

Ассортимент и его составляющие факторы. Особенности работы с ассортиментом в розничной торговле.

Определение конкурентных преимуществ и выбор эффективных направлений в ассортименте.

Категорийный менеджмент как современный подход к управлению ассортиментом.
- **Экономический потенциал предприятия: оценка результативности и эффективности.**
 - Товарооборот: методы планирования и прогнозирования.
 - Управление товарными запасами.
 - Управление затратами: способы оптимизации издержек обращения.
 - Цена как инструмент маркетинга. Управление ценой.
 - Методы стимулирования сбыта: математика расчета.
- **Коммуникационная политика магазина.**
 - Способы привлечения, завоевания и удержания покупателей.
 - Искусство эффективной презентации товара. Алгоритм работы.
 - «Волшебные» приемы при работе с возражениями.
 - Стандарт обслуживания: разработка и внедрение.
- **Эффективный менеджмент и его инновационные подходы.**
 - Критерии и методы эффективного управления.
 - Тайм-менеджмент как управление временем.
 - Системный подход к управлению персоналом.
- **Правовые аспекты деятельности организации розничной торговли.**
 - Основные правила и приемы ведения розничной торговли в Республике Беларусь.
 - Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»: изменения и дополнения.

Каждому человеку в течение дня представляется не менее десяти возможностей изменить свою жизнь, и успех приходит к тому, кто умеет их использовать



Андре Моруа

Квалификационный экзамен с повышением разряда

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 16 – 20 апреля 2012 года

Целевая аудитория

Контролеры-кассиры, продавцы

модули

➤ **Оформление кассовой документации. Учет и отчетность.**

- Документальное оформление кассовых и товарных операций.
- Материальная ответственность: виды.

➤ **Кассовые суммирующие аппараты и специальные компьютерные системы.**

- Типы контрольно-кассовых машин, используемых в торговле.
- Система штрих-кодирования на предприятии.
- Работа на кассовых суммирующих аппаратах и в специальных компьютерных системах. Использование POS-терминалов.

➤ **Основы товароведения.**

➤ **Организация работы магазина.**

- Товароснабжение торговых предприятий. Приемка товаров по количеству и качеству.
- Внутренний маркетинг торгового предприятия.

➤ **Правовые аспекты деятельности торгового предприятия.**

- Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей».
- Правила осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания.
- Организация охраны труда. Директива №1 Президента Республики Беларусь.

Предложенный товар уже наполовину продан.

Ноэль Дю Фаль



Программа курса 5 дней / 40 часов**Срок обучения 23 – 27 апреля 2012 года**

Целевая аудитория Заведующие магазинами, секциями, отделами и их заместители, товароведы, администраторы торгового зала

Цель курса Предоставить слушателям технологию создания правильных стандартов визуального мерчендайзинга, которая будет помогать продажам без усилий продавцов. Передать навыки создания мерчендайзинг-бук своими руками

- модули**
- **FASHION-мерчендайзинг. Основные компоненты микромира магазина.**
 - Визуальный мерчендайзинг: 6 правил.
 - Мерчендайзинг торговой точки.
 - Мерчендайзинг торговой марки.
 - Продвижение торговых точек.
 - Расположение товара в торговом зале.
 - Алгоритм разработки планограмм для выкладки товаров. Планирование площадей.
 - Нетрадиционный маркетинг в рознице: система освещения, аромамаркетинг, «золотое правило» музыки.
 - Навигация и вывески внутри магазина
 - **Экономические аспекты мерчендайзинга.**
 - Применение матрицы ABC и XYZ-анализа при управлении ассортиментом. EVA-анализ – новый взгляд на ассортимент.
 - Система штрих-кодирования как основа систематизации ассортимента в магазине.
 - Магазин: технология получения максимальной прибыли.
 - **Коммуникативный мерчендайзинг.**
 - Психологические аспекты поведения покупателей. Покупательские роли.
 - Стандарты обслуживания покупателя. Работа персонала в торговом зале в период праздничных продаж.
 - Управление конфликтными ситуациями. Стресс-менеджмент.
 - **Правовое обеспечение деятельности торгового предприятия.**

Путь в тысячу миль начинается с одного – единственного маленького шага

Сенека



**Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 14 – 18 мая 2012 года**

Вы узнаете, как организовать управленческий учет и построить систему сбалансированных показателей. Вы научитесь выстраивать матрицы затрат, планировать и определять маржинальную прибыль.

Целевая аудитория **Руководители и специалисты экономических и бухгалтерских служб.**

модули

- **Управленческий процесс и управленческий учет.**
 - Роль бухгалтера в управленческом процессе.
 - Сравнительный анализ управленческого и финансового учета.
 - Учетная политика как основа при внедрении управленческого учета.
 - Основные участки управленческого учета: движение товаров, НДС, ценообразование, отчетность.
- **Автоматизация управленческого учета.**
 - Информационные технологии в управленческом учете.
 - Управление информационными потоками.
- **Оптимизация затрат розничного магазина.**
 - Инновационный подход к классификации затрат в розничной торговле: релевантные и нерелевантные, устранимые и неустраиваемые.
 - Логистика управления товарными запасами: современные технологии.
- **Маржинальный анализ как инструмент улучшения финансового состояния предприятия.**
- **Система сбалансированности показателей (BSC). Ключевые показатели эффективности (KPI).**
- **Психологические аспекты управленческого учета.**
- **Правовая основа управленческого учета.**

Хороший товар легко находит покупателя.

Тит Макций Плавт



Программа курса 5 дней / 40 часов
Срок обучения 21 – 25 мая 2012 года

Целевая аудитория Главные бухгалтеры, бухгалтеры и их заместители

Цель курса Систематизация имеющихся знаний и опыта в области бухгалтерского учета и налогообложения

модули

- **Бухгалтерский учет и отчетность в организациях.**
 - Долгосрочные активы, формирование стоимости основных средств.
 - Инвентаризация как система учета производственных запасов и ее влияние на обеспечение сохранности материальных ценностей.
 - Управленческий учет в торговой организации.
 - Отражение в бухгалтерском учете результатов работы структуры внутреннего контроля в торговых организациях.

- **Налоговая политика в современных условиях.**
 - Изменения в законодательстве по налогообложению в 2012 г.
 - Планирование налогов и платежей во внебюджетные фонды.
 - Нормативно-правовая база и документальное оформление хозяйственных операций в бухгалтерском учете и налоговых регистрах.
 - Подоходный налог.
 - Отражение в бухгалтерском учете НДС.
 - Налоги, уплачиваемые из прибыли. Изменение ставки взимания.
 - Налог при возмещении материального ущерба при недостачах и порчи товаров и ТМЦ.

- **Использование ресурсов Internet в бухгалтерском учете.**

Сначала люди потребляли товары, но теперь товары потребляют людей: это закономерность развития всякой зависимости



Эриан Шульц

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 28 мая – 01 июня 2012 года

Целевая аудитория Директоры магазинов, товароведы, специалисты по выкладке товара

модули

- **Содержание и структура рынка мебели и строительных материалов в розничной торговле.**
- **Поведенческие особенности потребителей при покупке мебели и строительных материалов.**
 - Типы и структура покупателей.
 - Схемы поведения покупателей при покупке мебели, строительных и отделочных материалов.
 - Технология и психология продаж.
- **Концепция и законы мерчендайзинга. Специфика применения мерчендайзинга в магазинах DIY.**
 - Запас товара. Основные правила определения оптимального запаса с учетом специфики магазина.
 - Расположение строительных и отделочных материалов, товаров для дома в торговом зале. Правила представления данного товара.
 - Функциональные зоны продаж в магазине формата DIY.
 - Размещение товаров-новинок с учетом специфики товара.
- **Анализ продаж в магазинах, продающих мебель, строительные и отделочные материалы.**
 - Основные факторы эффективных продаж.
 - Упущенные возможности и их причины.
 - Методы стимулирования собственных продаж.
- **Методы мерчендайзинга в магазинах DIY.**
 - Мерчендайзинг торговой точки.
 - Мерчендайзинг торговой марки.
 - Продвижение торговых точек.
- **Психология делового общения**

***Благородный человек предъявит требования к себе,
низкий человек предъявит требования к другим.***



Конфуций

Программа курса 5 дней / 40 часов

Срок обучения 04 – 08 июня 2012 года

Целевая аудитория

Товароведы, заведующие магазинами, администраторы торгового зала

модули

- **Комплекс торгового маркетинга.**
 - Элементы традиционного маркетинга микса (4Р, 4С, 4Д).
 - Трансформация элементов торгового маркетинга. Интерактивный маркетинг.
 - Fashion-маркетинг.
- **Маркетинговые ходы розничной торговли.**
 - Внешний и внутренний анализ маркетинговых возможностей организации.
 - SWOT-анализ – итоговый результат аудита маркетинга.
 - Традиционные приемы незатратного маркетинга.
 - Альтернативный маркетинг в рознице: достоинства и недостатки.
 - Основные приемы «полупартизанского» маркетинга.
 - Приемы эффективной наружной и внутренней навигации.
 - Маркетинг слухов и «сарафанного» радио.
 - Эмпирический маркетинг: цвет, запах, свет работает на магазин.
 - Диагностика ошибок маркетинга.
 - Использование средств ATL и BTL.
- **Управление ассортиментом или категорийный менеджмент.**
 - Современные подходы к управлению ассортиментом магазина на основе ABC, XYZ-анализа.
 - Ассортиментная группа, ассортиментная капсула.
- **Экономические аспекты маркетинга.**
 - Стимулирование продаж в условиях спада потребительской активности.
 - Маркетинговые исследования как инструмент замера удовлетворенности потребителя. Опросные исследования.
 - Применение матрицы ABC и XYZ-анализа при управлении ассортиментом.
 - Анализ внутри ассортимента: SKI и фейсинг.
 - Способы оптимизации запасов в магазине.
- **Контактный персонал в торговом маркетинге.**
 - Характеристика штата контактного персонала.
 - Требуемые качества и навыки.
- **Поведение покупателей в розничной торговле.**
 - Модели покупательского поведения.
 - Мотивация покупателей.
 - Процесс выбора магазина и совершения покупки.
- **Особенности продвижения товара на рынках B2B и B2C.**

Предложенный товар уже наполовину продан



Нозль Дю Фаль

**Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 11 – 15 июня 2012 года**

Целевая аудитория Руководители организаций торговли и их заместители

модули

- **Риски в розничном магазине: управление по-рыночному.**
 - Содержание и организация риск-менеджмента.
 - Особенности и методы управления рисками в современном менеджменте.
 - Финансирование риска.
 - Основные способы снижения степени риска.
- **Учет и контроль товарно-материальных ценностей в рознице.**
 - Стандарты документооборота по перемещению товара и денежных средств.
 - Применение современного программного обеспечения для контроля операций товародвижения.
 - Нормирование величины товарных потерь: списание, брак, «забывчивость».
 - Технология проведения достоверной инвентаризации.
- **Методы профилактики потерь товарно-материальных ценностей.**
 - Подбор персонала и кадровая безопасность.
 - Материальная ответственность сотрудников. Проверка персонала при приеме на работу.
 - Предотвращение потерь на всех этапах товародвижения. Пересортица.
 - Оптимизация физической охраны торгового предприятия.
 - Применение системы технических средств контроля.
- **Правовое поле торговых операций в рознице.**
- **Психологические основы управления.**

Будущие прибыли основываются на прошлых потерях



Франтишек Крышка

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 18 – 22 июня 2012 года

Целевая аудитория Продавцы-консультанты

модули

- **Системный подход к товароведению продовольственных и непродовольственных товаров.**
- **Основные правила эффективного общения в торговом зале.**
 - Современная модель активных продаж и взаимодействие с покупателем.
 - Работа с разными типами покупателей.
 - Стратегия поведения продавца с учетом тактики покупателя.
 - Создание позитивного впечатления и благоприятного климата в торговом зале.
 - Завоевание доверия покупателей как основы успешных продаж.
 - Способы выяснения потребностей покупателя, логическая цепочка вопросов продавца.
 - Презентация товара на основе актуальных потребностей покупателя и конкурентных преимуществ.
 - Как сформировать желание приобрести товар.
 - Работа продавца с возражениями: эффективные методы. Правила работы с жалобами. Психологические способы обоснования.
 - Затруднительные ситуации при обслуживании покупателя.
 - Искусство по управлению конфликтом на рабочем месте.
 - Стресс в работе продавца, управление стрессом. Способы выхода из стрессовых ситуаций в работе.
- **Инновационные технологии представления товара (презентации).**
 - Мерчендайзинг – элемент эффективных продаж.
 - Основные правила представления товара в торговом зале.
 - Презентация, дегустация товара.
 - Промо-акции в торговом зале.
- **Правовое регулирование работы продавца.**
 - Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»: изменения и дополнения.
 - Основные правила ведения розничной торговли в Республике Беларусь.
 - Материальная ответственность работников. Порядок возмещения материального ущерба.
 - Основы трудового права.

Обязанность без права - это рабство, право без обязанностей - анархия

Ф.де Ламеннэ



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 25 – 29 июня 2012 года

Целевая аудитория **Руководители и специалисты кадровых служб предприятий торговли, общественного питания и сферы услуг**

модули

- **Современная кадровая политика в отрасли.**
 - Современные подходы к управлению персоналом. Кадровая политика организации.
 - Кадровый потенциал организации: формирование, оценка и развитие.
 - Логистический подход к управлению персоналом организации
 - Непрерывное обучение, повышение квалификации и переподготовка персонала.
 - Формирование резерва кадров на выдвижение на должность руководителей.
 - Практика проведения аттестации персонала.
 - Экономический подход к оценке персонала.
- **Практика применения трудового законодательства.**
 - Трудовой договор (контракт). Типичные ошибки при заключении, изменении, продлении и прекращении действия трудового договора (контракта). Порядок предоставления трудовых и социальных отпусков.
 - Судебная практика рассмотрения трудовых споров.
- **Организация работы отдела кадров.**
 - Состав и виды кадровой документации. Номенклатура дел.
 - Подготовка и передача документов в ведомственный архив и на государственное хранение.
 - Применение информационных технологий в работе отдела кадров.
- **Пенсионное обеспечение и социальное страхование.**
 - Виды пенсий по закону «О пенсионном обеспечении» (возраст, инвалидность, выслуга лет).
 - Порядок исчисления общего и специального стажа. Оформление документов для назначения пенсий.
- **Психологические аспекты деятельности кадровых служб.**
 - Основные методы подбора и оценки кадров.
 - Профессиональный этикет кадровой службы и психология делового общения.
 - Эффективное общение при проведении деловых бесед, собеседований (интервью) с кандидатами на должность и сотрудниками организации.

***Тот, кто не смотрит вперед,
оказывается позади***

Д.Герберт



**УСПЕШНЫЙ ПРОДАВЕЦ: СОВРЕМЕННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ АКТИВНЫХ ПРОДАЖ (ювелирных
магазинов)**

Июль 2012

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 09 – 13 июля 2012 года

Целевая аудитория Продавцы ювелирных магазинов
модули

- **Уникальность мерчендайзинга ювелирного магазина.**
 - Перспективные сегменты ювелирного рынка: сегмент 1 «Традиции», сегмент 2 «Дизайн», сегмент 3 «Цена».
 - Правила и принципы ювелирного мерчендайзинга.
 - Практика законодателей в ювелирной среде.
 - Выкладка в ювелирном магазине – как повысить производительность.
 - Ценники и рекламные материалы.
 - Правильная планировка или как привлечь внимание покупателя к самому выгодному товару.
- **ПРО-свет в ювелирном магазине.**
 - Свет над драгоценными камнями.
 - Свет над золотом.
 - Цветовая температура света для ювелирного мерчендайзинга.
- **Основы товароведения – что нужно знать продавцу.**
 - Свойства золота и их использование в продажах.
 - Качественные характеристики серебра.
 - Платина – фаворит ювелирного дела.
 - Роль драгоценных камней. Оценка с помощью «четырёх С».
- **Основные правила эффективного общения с покупателями.**
 - Современная модель активных продаж ювелирных изделий.
 - Работа продавца с возражениями: эффективные методы.
 - Затруднительные ситуации при обслуживании покупателя.
 - Искусство по управлению конфликтом на рабочем месте.
 - Стресс в работе продавца, управление стрессом. Способы выхода из стрессовых ситуаций в работе.

Трудно – не значит непреодолимо

М.И.Калинин



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 09 – 13 июля 2012 года

Целевая аудитория Руководители организаций бытового обслуживания

модули

- **Маркетинг в сфере бытовых услуг.**
 - Особенности маркетинга услуг.
 - Маркетинговые исследования как базовый элемент деятельности организации. Практические рекомендации.
 - Изучение поведения потребителей на рынке бытовых услуг.
 - Сегментация рынков как инструмент маркетинга. Позиционирование услуг.
 - Коммуникации в сфере бытовых услуг.

- **Эффективный менеджмент в организациях бытового обслуживания.**
 - Управление финансами на основе анализа финансового состояния – важнейший инструмент адекватных управленческих решений.
 - Современные программные средства для экономического анализа.
 - Технологии управления затратами в сфере бытовых услуг. «Свобода» составу затрат.
 - Ценовая политика организации в условиях либерализации экономики.
 - Бизнес-план развития организации бытового обслуживания: как проконтролировать его качество.
 - Инновационные подходы к управлению персоналом.

- **Эффективное лидерство.**
 - Тактика и стратегия эффективного общения в системе «руководитель-подчиненный».
 - Социально-психологический портрет руководителя XXI века. Командообразование.
 - Тайм-менеджмент руководителя.
 - Конфликты, стрессы и управление ими.

Путь, усыпанный цветами, никогда не приводит к славе



Ж.Лафонтен

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 16 – 20 ноября 2012 года

Целевая аудитория Руководители предприятий, их заместители

модули

- **Комплекс торгового маркетинга.**
 - Элементы традиционного маркетинга микса (4Р, 4С, 4Д).
 - Трансформация элементов торгового маркетинга.
 - Fashion-маркетинг.
- **Маркетинговые ходы фирменной торговли.**
 - Внешний и внутренний анализ маркетинговых возможностей организации.
 - SWOT-анализ – итоговый результат аудита маркетинга.
 - Тактические приемы в торговом маркетинге: анализ целевой аудитории, расчет оптимального ассортимента, разработка интернет-маркетинга, определение эффективности рекламной компании, анализ прибыли.
 - Сенсорный и партизанский маркетинг в розничной торговле.
 - Стратегические маркетинговые решения в ассортиментной, коммуникационной, ценовой политике и пути их реализации.
 - Планограммы – современное направление увеличения продаж в розничной торговле. Рациональное составление планограмм.
 - Практические рекомендации по составлению планограмм.
 - Внутренняя и внешняя навигация в магазине.
- **Управление ассортиментом или категорийный менеджмент.**
 - Современные подходы к управлению ассортиментом магазина на основе ABC, XYZ-анализа.
 - Ассортиментная группа, ассортиментная капсула.
- **Контактный персонал в торговом маркетинге.**
 - Характеристика штата контактного персонала.
 - Требуемые качества и навыки
- **Поведение покупателей в розничной торговле.**
 - Модели покупательского поведения.
 - Мотивация покупателей.
 - Процесс выбора магазина и совершения покупки.
- **Особенности продвижения товара на рынках В2В и В2С.**
- **Цена в системе торгового маркетинга.**
- **Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей».**
- **Основные правила ведения розничной торговли в Республике Беларусь.**

Действия людей – лучшие переводчики их мыслей



Д.Локк

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 23 – 27 июля 2012 года

Целевая аудитория Заведующие аптеками, их заместители, маркетологи, провизоры, начальники торговых отделов и отделов закупок

модули

- **Управление ассортиментом.**
 - Ассортиментная политика различных типов аптек: «спальных», «проходимых», «полупроходимых», «элитных».
 - Оптимизация и контроль ассортимента.
 - Эффективные технологии поддержания ассортимента.
- **Сервис-фактор в аптечном бизнесе.**
 - Наиболее перспективные виды сервиса.
 - Взаимодействие провизора с посетителями.
 - Оптимизация очередей.
 - Формат самообслуживания.
 - Принятие заказа на отсутствующие в обычном ассортименте позиции. Доставка.
 - Круглосуточная работа.
- **Мерчендайзинг и реклама.**
 - Эффективные критерии и приоритетная роль аптеки в мерчендайзинге.
 - Методика оптимизации выкладки прилавочных аптек.
 - Формирование категорий и рубрикация товара.
 - Выкладка категорий по мерчендайзинговым зонам.
 - Ключевые особенности мерчендайзинга аптек самообслуживания.
 - Реклама одиночных аптек и малых сетей.
 - Специфика маркетинга крупных аптечных сетей.
- **Нормативно-правовые акты, регламентирующие порядок формирования и применения цен на лекарственные средства в Республике Беларусь.**
- **Современное электронное делопроизводство.**
- **Психологические приемы позитивного общения с покупателем. Аргументация и презентация лекарственных средств.**
- **Правовое регулирование трудовых отношений.**
- **Актуальные вопросы охраны труда в аптеках.**

Конкуренция – жизнь торговли

Эльберт Грин Хаббард



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 30 июля – 03 августа 2012 года

Целевая аудитория Руководители организаций, их заместители, руководители и специалисты коммерческих служб, товароведы

- модули**
- **Организация закупочной деятельности на предприятии.**
 - Методы современного анализа рынка. Использование «моментального снимка».
 - Оценка рынков полных или частичных заменителей продуктов.
 - Использование матрицы ABC для определения структуры закупки.
 - Модели поведения организации при закупках.
 - Составление бюджета закупок.
 - **Работа с поставщиками с элементами логистики.**

Поиск и развитие отношений с компетентными поставщиками.

Критерии выбора поставщиков: опыт практикующих специалистов по закупкам.

Покупка товаров разного ценового сегмента.

Соблюдение требуемого качества поставляемых товаров.
 - **Автоматизация процесса закупок.**
 - Разработка и внедрение автоматизированной системы управления закупками.
 - Создание и ведение необходимых баз данных.
 - Расчет и формирование заказов на поставку.
 - Плюсы и минусы автоматизации процесса закупок.
 - **Управление переговорным процессом.**

Подготовка и планирование переговоров о закупках.

Стратегии переговоров с поставщиком. Мягкие и жесткие стратегии переговоров. Плюсы и минусы.

Переговоры с поставщиком по телефону.

Завершение переговоров. Выход из переговоров. Заключение контракта.
 - **Экономические аспекты закупочной деятельности.**
 - Общие затраты по закупкам.
 - Оценка эффективности закупочной деятельности.
 - **Ярмарки как эффективный инструмент маркетинга.**

**Учитесь, читайте, размышляйте и извлекайте
из всего самое полезное**



Н.И.Пирогов

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 06 – 10 августа 2012 года

Целевая аудитория **Коммерческие директора, заведующие магазинами, отделами, их заместители, товароведы**

модули

- **Управление товарными категориями в розничной сети.**
 - Предпосылки внедрения.
 - Базисные уровни внедрения категорийного менеджмента и их особенности.
 - Политика управления торговым пространством.
 - Планограмма выкладки продукции в категории.
 - Критические точки.
 - Риски внедрения категорийного менеджмента.

- **Классификация ролей товарных категорий.**
 - Формирование товарной категории.
 - Виды ролей, выбор ролей в соответствии с заданными целями.
 - Определение стратегии товарной категории.
 - Определение тактики товарной категории.
 - Проведение анализа товарной категории и оценка эффективности товарной категории.

- **Формирование ассортиментной матрицы.**
 - Процедура формирования.
 - Стадии формирования ассортиментной матрицы.
 - Сбалансированность ассортимента по количеству категорий и соотношению товарных позиций.
 - Разработка планов мерчендайзинга.

**Истинное красноречие – это умение сказать
все, что нужно, и не больше, чем нужно**

Ф. Ларошфуко

Квалификационный экзамен с повышением разряда

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 13 – 17 августа 2012 года

Целевая аудитория Контролеры-кассиры, продавцы

модули

➤ **Оформление кассовой документации. Учет и отчетность.**

- Документальное оформление кассовых и товарных операций.
- Материальная ответственность: виды.

➤ **Кассовые суммирующие аппараты и специальные компьютерные системы.**

- Типы контрольно-кассовых машин, используемых в торговле.
- Система штрих-кодирования на предприятии.
- Работа на кассовых суммирующих аппаратах и в специальных компьютерных системах. Использование POS-терминалов.

➤ **Основы товароведения.**

➤ **Организация работы магазина.**

- Товароснабжение торговых предприятий. Приемка товаров по количеству и качеству.
- Внутренний маркетинг торгового предприятия.

➤ **Правовые аспекты деятельности торгового предприятия.**

- Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей».
- Правила осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания.
- Организация охраны труда. Директива №1 Президента Республики Беларусь.

Перья стреляют дальше нарезных пушек

Д.Тейлор



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 20 – 24 августа 2012 года

Целевая аудитория Секретарь, секретарь-референт, ассистент руководителя

модули

- **Составление деловой документации в MS Office.**
 - Документ. Системы документации.
 - Организация делопроизводства на предприятии.
 - Стандарт СТБ 6.38 – 2004.
 - Общие требования по оформлению документов.
 - Приемы оформления документов
- **Документы и их классификация.**
 - Составление и оформление документов.
 - Перечень документов, на которые ставится печать.
 - Требования к текстам документов.
 - Требования к расположению реквизитов при печати документов на РС.
- **Использование возможностей MS Word. Способы создания таблиц в MS Word.**
- **Организация документооборота.**
 - Документооборот.
 - Прием, первичная обработка, предварительное рассмотрение, распределение документов.
 - Регистрация документов.
 - Индексация документов.
- **Использование возможностей MS Access в документообороте.**
 - Рассмотрение руководством и направление документов в структурные подразделения.
- **Обработка и движение отправленных и внутренних документов.**
 - Контроль исполнения документов.
 - Работа с обращениями граждан.
- **Систематизация документов. Организация секретарской службы.**



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 27 – 31 августа 2012 года

Целевая аудитория Руководители организаций, их заместители, специалисты коммерческих служб

модули

- **Экономические аспекты маркетинга.**
 - Стимулирование продаж в условиях спада потребительской активности.
 - Маркетинговые исследования как инструмент замера удовлетворенности потребителя. Опросные исследования.
 - Применение матрицы ABC и XYZ-анализа при управлении ассортиментом.
 - Анализ внутри ассортимента: SKI и фейсинг.
 - Способы оптимизации запасов в магазине.
- **Маркетинг XXI века в розничной торговле**
 - Традиционные приемы незатратного маркетинга.
 - Альтернативный маркетинг в рознице: достоинства и недостатки.
 - Основные приемы «полупартизанского» маркетинга.
 - Приемы эффективной наружной и внутренней навигации.
 - Маркетинг слухов и «сарафанного» радио.
 - Эмпирический маркетинг: цвет, запах, свет работает на магазин.
 - Диагностика ошибок маркетинга.
 - Использование средств ATL и BTL.
 - Сайт магазина.
- **Психологические аспекты маркетинга в торговле**
 - Мотивация и модель покупательского поведения современного покупателя.
 - Маркетинг общения: основные принципы и инструменты.
- **Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»: изменения и дополнения**
- **Закон Республики Беларусь «О рекламе»: актуальные вопросы регулирования рекламной деятельности в торговле**



БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И КОНТРОЛЬ В ТОРГОВЛЕ Сентябрь 2012

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 03 – 07 сентября 2012 года

Целевая аудитория Главные бухгалтеры, бухгалтеры

Цель курса Систематизация имеющихся знаний и опыта в области бухгалтерского учета и налогообложения

модули

- **Бухгалтерский учет и отчетность в организациях.**
 - Долгосрочные активы, формирование стоимости основных средств.
 - Инвентаризация как система учета производственных запасов и ее влияние на обеспечение сохранности материальных ценностей.
 - Управленческий учет в торговой организации.
 - Отражение в бухгалтерском учете результатов работы структуры внутреннего контроля в торговых организациях.

- **Налоговая политика в современных условиях.**
 - Изменения в законодательстве по налогообложению в 2012 г.
 - Планирование налогов и платежей во внебюджетные фонды.
 - Нормативно-правовая база и документальное оформление хозяйственных операций в бухгалтерском учете и налоговых регистрах.
 - Подоходный налог.
 - Отражение в бухгалтерском учете НДС.
 - Налоги, уплачиваемые из прибыли. Изменение ставки взимания.
 - Налог при возмещении материального ущерба при недостачах и порчи товаров и ТМЦ.

- **Использование ресурсов Internet в бухгалтерском учете.**



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 10 – 14 сентября 2012 года

Целевая аудитория **Руководители и специалисты кадровых служб предприятий торговли, общественного питания и сферы услуг**

модули

- **Современная кадровая политика в отрасли.**
 - Современные подходы к управлению персоналом.
 - Кадровый потенциал организации: формирование, оценка и развитие.
 - Логистический подход к управлению персоналом организации
 - Непрерывное обучение, повышение квалификации и переподготовка персонала.
 - Формирование резерва кадров на выдвижение на должность руководителей.
 - Практика проведения аттестации персонала.
 - Экономический подход к оценке персонала.
- **Практика применения трудового законодательства.**
 - Трудовой договор (контракт). Типичные ошибки при заключении, изменении, продлении и прекращении действия трудового договора (контракта). Порядок предоставления трудовых и социальных отпусков.
 - Судебная практика рассмотрения трудовых споров.
- **Организация работы отдела кадров.**
 - Состав и виды кадровой документации. Номенклатура дел.
 - Подготовка и передача документов в ведомственный архив и на государственное хранение.
 - Применение информационных технологий в работе отдела кадров.
- **Пенсионное обеспечение и социальное страхование.**
 - Виды пенсий по закону «О пенсионном обеспечении» (возраст, инвалидность, выслуга лет).
 - Порядок исчисления общего и специального стажа. Оформление документов для назначения пенсий.
- **Психологические аспекты деятельности кадровых служб.**
 - Основные методы подбора и оценки кадров. Системность методов подбора персонала. Сравнительная оценка кандидатов.
 - Профессиональный этикет кадровой службы и психология делового общения. Управление конфликтными ситуациями. Стресс и управление им.
 - Эффективное общение при проведении деловых бесед, собеседований (интервью) с кандидатами на должность и сотрудниками организации.



МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНА: КАК ПОВЫСИТЬ ОТДАЧУ С КВАДРАТНОГО МЕТРА

Сентябрь 2012

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 17– 21 сентября 2012 года

Целевая аудитория Заведующие магазинами, отделами, товароведы, администраторы

модули

- **Эффективный мерчендайзинг.**
 - Форматы продуктового магазина. Местоположение магазина.
 - Особенности поведения покупателя в магазине. Особенности выбора товара.
 - Законы зрительного восприятия человека, определяющие выбор товара. Освещенность и восприятия цвета в мерчендайзинге.
 - Зонирование товарных категорий в зависимости от роли категории, товарного соседства. Определение места к площади под товарные категории.
 - Базовые правила выкладки товаров. Виды выкладки, классификация, анализ.
 - Использование POS-материалов и их эффективность.
- **Разработка, внедрение и поддержка стандартов мерчендайзинга.**
 - Параметры, учитываемые при разработке стандартов мерчендайзинга. Обязательный ассортимент и приоритетные товарные категории. ABC- анализ.
 - Этапы разработки стандартов мерчендайзинга. Планограмма как инструмент управления системой мерчендайзинга.
- **Экономический анализ выкладки.**
 - Принципы распределения торговых площадей.
 - Коэффициенты эффективности использования площадей.
 - Инструменты стимулирования продаж в рознице.
- **Особенности зонирования и выкладки товарных групп.**
- **Автоматизация в мерчендайзинге**
Автоматизация планограмм торгового зала.
Образцы выкладки.
- **Культура профессионального общения.**



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 24 – 28 сентября 2012 года

Целевая аудитория Руководители и специалисты оптового звена и торговли

модули

- **Тенденции развития оптовой торговли. Новые задачи, стоящие перед оптом.**
- **Логистика распределения и сбыта в системе оптовой торговли.**
 - Рационализация товарного ассортимента – основной фактор эффективности системы оптовой торговли.
 - Разработка ассортиментных моделей для оптовых баз.
 - Логистический подход к управлению товарными запасами в оптовом звене.
- **Планирование продаж. Особенности работы с оптовыми клиентами.**
 - Специфика потребностей клиентов-оптовиков.
 - Создание клиентской базы. Досье клиента.
 - Организация оптовых продаж с опорой на персональный контакт.
 - CRM – управление взаимоотношениями с клиентами. Работа с информацией о клиентах. Карточка клиента.
- **Практические рекомендации по организации складирования в современных условиях.**

Распределение складской площади на технологические зоны.

Технологические схемы переработки грузов на складе. Документооборот на складе. Информационное обеспечение и возможности автоматизации.

Типовые антикризисные складские стратегии.

Основные показатели эффективности работы склада.
- **Психологические аспекты поведения персонала в деловых коммуникациях.**
 - Правила переговоров по телефону. Структура разговора, приемы и техники создания позитивного имиджа по телефону.
 - Личные переговоры. Способы повышения их эффективности. Особенности переговоров на своей территории и в офисе клиента.
 - Техники выявления потребностей клиента. Вопросы для эффективных переговоров с клиентами.
 - Долговременное сотрудничество с клиентом. Методы увеличения объемов закупок.



Курс обучения 10 дней / 80 часов
Срок обучения 01 – 12 октября 2012 года

Вы узнаете, как организовать комплексную ревизию финансово-хозяйственной деятельности, где и как искать нарушения, какие основные функции службы внутреннего аудита (СВА)

Целевая аудитория **Бухгалтеры-ревизоры, руководители и специалисты финансовых служб, руководители и специалисты контрольно-ревизионной службы, руководители и специалисты службы внутреннего аудита, внешние аудиторы**

- модули**
- Контрольно-ревизионная работа в системе управления предприятием.
 - Система внутреннего контроля на предприятии.
 - Организация на предприятии контрольно-ревизионной работы.
 - Ревизионный контроль рисков предпринимательской деятельности.
 - Методы, формы и приемы контрольно-ревизионной работы, риски ошибок ревизора.
 - Типовые методики проведения проверок сохранности активов.
 - Документирование контрольно-ревизионной работы.



АССОРТИМЕНТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА **Октябрь 2012**

Курс обучения **5 дней / 40 часов**
Срок обучения **15 – 19 октября 2012 года**

Целевая аудитория **Руководители и специалисты, участвующие в формировании ассортиментной политики и экономических показателей магазина (заведующие магазинами, отделами, секциями, их заместители, товароведы, администраторы торговых залов)**

- модули**
- **Ассортиментная политика как фактор повышения конкурентоспособности розничного магазина.**
 - Концепция магазина и её значение при формировании ассортимента.
 - Значение матрицы ABC и XYZ – анализа. Оптимизация ассортимента.
 - Формирование ассортимента магазина. Ассортиментная матрица.
 - Основные ошибки при работе с ассортиментом.
 - Технология составления планogramм. Критерии эффективности планogramм.
 - Система штрих-кодирования на основе систематизации ассортимента.
 - **Ценообразование в торговом маркетинге.**
 - Цели ценообразования и влияющие на него факторы
 - Стратегии ценообразования в розничной торговле.
 - Методы ценообразования в розничной торговле.
 - **Маркетинг в розничной торговле.**
 - Методы изучения покупательской среды.
 - Эффективный мерчендайзинг.
 - Дополнительные элементы комплекса торгового маркетинга.
 - **Поведение покупателей в розничной торговле.**
 - Модели покупательского поведения.
 - Мотивация покупателей.
 - Процесс выбора магазина и совершения покупок.
 - **Культура делового общения.**



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 22 – 26 октября 2012 года

Целевая аудитория **Руководители организаций, их заместители, специалисты экономических служб**

- модули**
- **Концептуальные основы МСФО: зарубежный опыт и возможности применения в Республике Беларусь.**
 - **МСФО (AS 2) Запасы.**
 - Оценка запасов. Определение себестоимости запасов. Способы расчета себестоимости.
 - Возможная чистая стоимость реализации. Признание в качестве расхода.
 - **МСФО (AS 16) Основные средства.**

Первоначальная стоимость, её элементы и оценка.
Модели учета первоначальной стоимости.
Амортизация стоимости и период амортизации. Метод начисления амортизации.
 - **МСФО (AS 8) Учетная политика.**
 - Выбор и применение учетной политики. Изменения в учетной политике.
 - Изменения в расчетных оценках. Организация ретроспективного пересчета.
 - **МСФО (AS 18) Выручка.**
 - Оценка выручки.
 - Выручка от продажи товаров. Выручка от реализации услуг. Выручка от использования финансовых активов.
 - **МСФО (AS 19) Вознаграждения работникам.**
 - Категории вознаграждения работникам.
 - Другие виды вознаграждения работникам.
 - **МСФО (AS 21) Влияние изменений валютных курсов.**
 - Понятие функциональной валюты и факторы, влияющие на её определение.
 - Отражение в функциональной валюте операций в иностранной валюте. Признание курсовых разниц.
 - Использование валюты представления, отличный от функциональной валюты.
 - Налоговые последствия курсовых разниц.
 - **МСФО (AS 12) Налог на прибыль.**
 - Основные понятия прибыли, применяемые в Стандарте.
 - Определение налоговой базы.
 - Текущие налоговые обязательства и текущие налоговые активы.
 - Отложенные налоговые обязательства и текущие налоговые активы.
 - Неиспользованные налоговые убытки и неиспользованные налоговые кредиты.



Квалификационный экзамен с повышением разряда

Курс обучения **5 дней / 40 часов**
Срок обучения **29 – 02 октября 2012 года**

Целевая аудитория**Продавцы****модули**

- Пятишаговая модель процесса продажи: основные правила и технологии. Формула успеха продаж.
- Базовые технологии общения. Типы и техника слушания. Правила интересного собеседника.
- Техника управления ситуацией с помощью вопросов.
- Потребности клиента: что необходимо знать продавцу. Пирамида потребностей. Правила аргументации.
- Основные покупательские мотивы. Типология клиентов.
- Представление товара. Эффект презентации.
- Работа продавца с возражениями: эффективные методы. Правила работы с жалобами. Психологические способы обоснования.
- Стресс в работе продавца, приёмы его преодоления.
- Мерчендайзинг и его основные принципы. Законы мерчендайзинга.
- Типы и методы выкладки товара: преимущества и недостатки. Порядок марок, сортов и упаковок.
- Визуальный мерчендайзинг. Секреты эффективного представления товара. Концепции мерчендайзинга.
- Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»: изменения и дополнения.
- Основные правила ведения розничной торговли в Республике Беларусь.



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 12 – 16 ноября 2012 года

Целевая аудитория **Коммерческие директора, товароведы, заведующие магазинами, секциями, отделами и их заместители**

модули

- **Экономические аспекты деятельности магазина.**
 - Система методов прогнозирования и стимулирования продаж в новых экономических условиях.
 - Инновационная деятельность торгового предприятия в сфере управления ассортиментом.
 - Формирование объемов продаж через систему эффективного ценообразования.

- **Праздничный мерчендайзинг.**
 - Мерчендайзинг в конкретных условиях магазина, его цели и задачи в праздничный период.
 - Законы мерчендайзинга, их реализация.
 - Визуальный мерчендайзинг в праздничный период. Секреты эффективного представления товара.
 - POS-материалы и реклама в местах праздничных продаж.
 - Планограммы. Программное обеспечение для разработки планограмм для условий деятельности торгового предприятия.

- **Коммуникативный мерчендайзинг, его особенности.**
 - Психологические аспекты поведения покупателей. Покупательские роли, определение и подход к ним.
 - Стандарты обслуживания покупателя. Работа персонала в торговом зале в период праздничных продаж.
 - Управление конфликтными ситуациями, их разрешение.
 - Стресс-менеджмент.

- **Правовое обеспечение деятельности торгового предприятия.**
 - Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»: дополнения и изменения.
 - Актуальные вопросы трудового законодательства.



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 12 – 16 ноября 2012 года

Целевая аудитория
Цель курса

Руководители организаций, их заместители, специалисты экономически служб

Помочь усовершенствовать практику разработки бизнес-плана, как основного документа, регламентирующего деятельность каждого структурного подразделения, а также как элемента предвидения конъюнктуры рынка

модули

- **Бизнес-планирование в организациях торговли и его реализация.**
- **Системный подход к маркетинговой деятельности и стратегия планирования в организациях торговли.**
 - SWOT-анализ как метод к системе управления деятельностью торговой организацией.
 - Стратегия повышения качества обслуживания потребителя.
 - Ценовая стратегия и методы стимулирования продаж как основополагающие принципы деятельности торговой организации.
 - Критерии оценки конкуренции. Формирование конкурентных преимуществ торговой организации.
- **Планирование деятельности торговой организации.**
 - Экономический механизм и рыночная модель обоснования плана розничного товарооборота. Ассортиментная структура.
 - Основные факторы, влияющие на обеспечение розничного товарооборота.
 - Инновационно-системный подход к ресурсному обеспечению организации розничной торговли.
 - Основные показатели планирования социально-экономического развития торговой организации.
 - Методы управления оборотным капиталом в организации розничной торговли.
- **Инновационно-инвестиционное проектирование в организациях торговли.**
 - Инновационно-системный подход к прогнозированию финансово-хозяйственной деятельности торговой организации.
 - Планирование доходов, расходов и поступлений денежных средств в торговой организации.
 - Экономическая оценка финансового состояния торговой организации.
- **Хозяйственные и предпринимательские риски в реализации бизнес-плана торговой организации.**
- **Современная технология и практика разработки бизнес-плана торговой организации с использованием программных продуктов.**
- **Психология делового общения.**



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 19 – 23 ноября 2012 года

Целевая аудитория **Специалисты по логистике, заведующие складами.**

Цель курса Ознакомить специалистов с практикой использования современных подходов к обеспечению непрерывного потока товаров и услуг, необходимых для эффективного функционирования компании

модули

- **Основы логистической деятельности.**
 - Управляемые потоки в логистике: материальный поток, информационный поток, финансовый поток, поток услуг.
 - Логистические операции и логистические системы.
 - Стратегия логистики.
 - Логистическая концепция «точно в срок»: оптимизация процессов и устранение потерь.
- **Логистика складирования.**
 - Основные функции и задачи складов в логистической системе.
 - Проблемы эффективного функционирования склада.
 - Построение логистического и технологического процесса на складе.
 - Система размещения товаров на складе по методу ABC-анализа.
 - Выбор технологического оборудования и определение необходимого количества.
 - Логистическое формирование грузовой единицы.
 - Правила приемки товаров по количеству и качеству. Инвентаризация: результаты, анализ.
 - Списание товарно-материальных ценностей. Определение стоимости по возмещению ущерба.
 - Современная система автоматизации складского учета.
- **Психологические аспекты поведения персонала в деловых коммуникациях.**
 - Управление переговорным процессом. Подготовка и планирование переговоров о закупках товара.
 - Стратегии переговоров с поставщиком. Мягкие и жесткие стратегии переговоров.
 - Специфика телефонных переговоров. Этикет телефонного общения.
 - Установление контакта с поставщиком. Техники эффективного общения.
 - Конфликты, стрессы в деловом общении и пути их преодоления. Стили реагирования в конфликте. Конструктивные решения конфликтных ситуаций. Приемы управления стрессами.



Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 26 – 30 ноября 2012 года

Целевая аудитория модули

Руководители организаций торговли, их заместители

- **Ассортиментная политика магазина. Методы управления ассортиментом.**
 - Основные факторы, формирующие ассортимент.
 - Выбор приоритетных направлений в ассортименте и определение конкурентных преимуществ.
 - Категорийный менеджмент в системе управления ассортиментом.
- **Маркетинг розничной торговли.**
 - Визуальный мерчендайзинг.
 - Оптимизация торгового пространства в магазине. Формирование потребительских комплексов, тенденция их развития.
- **Экономический потенциал предприятия: оценка результативности и его экономической деятельности.**
 - Товарооборот: методы прогнозирования и планирования.
 - Управление товарными запасами.
 - Управление затратами: способы оптимизации издержек обращения.
 - Экономическая эффективность деятельности торговой организации.
- **Коммуникационная политика магазина.**
 - Социально-экономические приемы и способы привлечения, завоевания и удержания покупателей.
 - Некоторые секреты эффективной презентации товара.
 - Социально-психологические приемы при работе с возражениями покупателей.
 - Стандарт обслуживания.
- **Эффективный менеджмент: инновационные подходы.**
 - Основные критерии эффективного управления.
 - Тайм-менеджмент.
 - Конфликты. Профилактика и способы разрешения конфликтов.
 - Эффективное общение в системе «руководитель-подчиненный».
- **Правовые аспекты деятельности организации розничной торговли.**
 - Основные правила ведения розничной торговли в Республике Беларусь.
 - Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей»: изменения и дополнения.
 - Ценовая политика на 2012 год.



**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

Декабрь 2012

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 03 – 07 декабря 2012 года

Целевая аудитория Экономисты и специалисты экономических подразделений организаций торговли

модули

- **Управление финансами в торговой организации. Критерии оценки финансово-экономического состояния.**
 - Финансово-экономическое состояние торговой организации: теория и практика применения анализа как метода управления в новых условиях хозяйствования.
 - Финансовая отчетность торгового предприятия, оценка его деятельности.
 - Управление финансовыми потоками, их календарное планирование.
 - Механизм и модель управления оборотными средствами торговой организации.
 - Финансовый левиредж: финансовая критическая точка.
- **Управление финансовыми рисками в розничной торговле.**
 - Виды и оценка финансовых рисков в торговой организации.
 - Анализ финансовых рисков и методы их экономической оценки.
 - Факторы хозяйственного риска и их влияние на финансово-экономическое состояние торговой организации.
 - Система методов управления хозяйственными рисками. Основные направления снижения степени рисков.
- **Анализ затрат в торговой организации: количественный и качественный подход.**
- **Эффективный менеджмент торговой организации.**
 - Функции и принципы эффективного управления организацией.
 - Содержание и виды управленческих решений.
 - Тайм-менеджмент как система управления временем.
- **Культура делового общения.**
 - Правила и приемы эффективного делового общения.
 - Конфликты. Профилактика и способы разрешения конфликтов.
 - Стресс-менеджмент, его содержание.



Курс обучения **5 дней / 40 часов**
Срок обучения **10 – 14 декабря 2012 года**

Целевая аудитория **Руководителя организаций и их заместители, товароведы, заведующие складами**

модули

➤ **Закупочная логистика в деятельности торгового предприятия.**

- Методологический аппарат логистики и её моделирование в экономической системе.
- Ассортиментная политика в розничной торговле. Анализ и планирование ассортимента – основа закупок в торговле.
- Взаимосвязь маркетинговой и логистической составляющей в процедуре закупок. Правила эффективности закупок.
- Этапы процесса осуществления закупок. Основные методы закупок.
- Управление базой поставщиков. Критерии и методы выбора поставщиков.
- Документооборот в закупках и формы оплаты товара.
- Подготовка и размещение заказа. Технология VMI. Получение и проверка товара.
- KPI в управлении закупками.

➤ **Управление запасами.**

- Характеристика запасов материальных ресурсов. Затраты и потери, связанные с логистикой запасов.
- Расчет оптимальной величины партии заказа.
- Экономический размер партии товаров в условиях неопределенности.
- Модель затянувшейся поставки.
- Модель поступления материалов в течение определенного периода времени при наличии дефицита.
- Системы с фиксированной периодичностью заказа.
- Модель с фиксированным объемом заказа.
- Система с двумя фиксированными уровнями запаса и фиксированной периодичностью заказа.
- Система управления запасами минимум-максимум (min-max).
- Саморегулирующиеся системы. Система «точно в срок», ABC-регулирование запасов.



ФИРМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ: ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ

Декабрь 2012

Курс обучения 5 дней / 40 часов
Срок обучения 17 – 21 декабря 2012 года

Целевая аудитория модули **Руководители предприятий, их заместители**

- **Комплекс торгового маркетинга.**
 - Элементы традиционного маркетинга микса (4Р, 4С, 4Д).
 - Трансформация элементов торгового маркетинга.
 - Fashion-маркетинг.
- **Маркетинговые ходы фирменной торговли.**
 - Внешний и внутренний анализ маркетинговых возможностей организации.
 - SWOT-анализ – итоговый результат аудита маркетинга.
 - Тактические приемы в торговом маркетинге: анализ целевой аудитории, расчет оптимального ассортимента, разработка интернет-маркетинга, определение эффективности рекламной компании, анализ прибыли.
 - Сенсорный и партизанский маркетинг в розничной торговле.
 - Стратегические маркетинговые решения в ассортиментной, коммуникационной, ценовой политике и пути их реализации.
 - Планограммы – современное направление увеличения продаж в розничной торговле. Рациональное составление планограмм.
 - Практические рекомендации по составлению планограмм.
 - Внутренняя и внешняя навигация в магазине.
- **Управление ассортиментом или категорийный менеджмент.**
 - Современные подходы к управлению ассортиментом магазина на основе ABC, XYZ-анализа.
 - Ассортиментная группа, ассортиментная капсула.
- **Контактный персонал в торговом маркетинге.**
 - Характеристика штата контактного персонала.
 - Требуемые качества и навыки
- **Динамика и тенденции развития внешней торговли Республики Беларусь.**
 - Современные методы повышения конкурентоспособности товара, предприятия на внешнем рынке.
 - Кластерный подход к оценке конкурентоспособности. Типология инновационных кластеров.
 - Экспортные возможности предприятия. Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия.
- **Особенности продвижения товара на рынках В2В и В2С.**
- **Цена в системе торгового маркетинга.**
- **Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей».**
- **Основные правила ведения розничной торговли в Республике Беларусь.**



Курс обучения 3 дня / 36 часов
Срок обучения 26 – 28 декабря 2012 года

Целевая аудитория Маркетологи

модули

- **Современные вопросы развития маркетинга в Беларуси.**
 - Воздействие рыночных отношений на маркетинг белорусских компаний.
 - Конкурентные стратегии Майкла Портера и белорусская действительность.
 - Анализ цепочек потребления: правила использования.
 - Составление карты рынка по типу конкуренции.
 - Бренд как объект финансовой оценки маркетинговых усилий.
- **Маркетинговые исследования.**
 - Источники маркетинговой информации о рынке и конкурентах.
 - Оценка конкурентоспособности (предприятия, товара).
 - Методики оценки ключевых факторов успеха.
- **Современная сегментация и оценка потенциала рынка.**
 - Проблемы выбора критериев сегментации на рынке Беларуси. Базовые критерии сегментации потребителей на рынке B2B и B2C.
 - Алгоритм отбора целевых клиентских сегментов рынка.
 - Составление и сравнение профилей сегментов потребителей на рынке Беларуси.
 - Прогнозирование потенциальной емкости рынка.
- **Продвижение товаров.**
 - Современные тенденции в продвижении.
 - Реклама: новая маркетинговая стратегия.
 - PR-основные правила работы.
 - Direct Marketing.
 - Новые эффективные решения по организации рассылок.
 - Виды маркетинговых стратегий, применяемых к белорусскому потребителю. Тестирование стратегии на профессиональную пригодность
- **Выставочно-ярмарочная деятельность.**
 - Выставочная торговля. Правила проведения промоакций.
 - Правила представления, выкладки товаров на выставочных ярмарках. Дегустация.
 - Эффективное проведение скидок. Порядок установления цены на ярмарках-выставках.
- **Культура делового общения.**



**МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ВАМ ПРОЙТИ
КУРСЫ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
(итальянский, английский, французский)**



По Вашим заявкам и с учетом Ваших интересов предлагаем провести у Вас на месте выездную и корпоративную учебу в виде повышения квалификации или тренингов

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас получить, еще одну новую профессию, специальность, квалификацию, если у Вас имеется диплом о профессионально-техническом, среднем специальном или высшем образовании.

В течение года принимаем на переподготовку:

На уровне высшего образования (срок обучения - 18 месяцев):

✓ **Экономика и управление на предприятии гостиничного и ресторанного хозяйства**

(квалификации: экономист)

✓ **Экономика и управление в предпринимательской деятельности**

(квалификация: экономист-менеджер)

✓ **Логистика**

(квалификация: специалист по логистике-экономист)

✓ **Финансы и кредит в предпринимательской деятельности**

(квалификации: экономист по финансам)

✓ **Бухгалтерский учет и контроль в предпринимательской деятельности**

(квалификация: бухгалтер-экономист)

✓ **Маркетинг**

(квалификация: маркетолог)

На уровне среднего специального образования (срок обучения - 9 месяцев):

✓ **Экономика в предпринимательской деятельности**

(квалификация: экономист)

✓ **Бухгалтерский учет и контроль в предпринимательской деятельности**

(квалификация: бухгалтер)

Форма обучения - заочная

По окончании обучения выдается

ДИПЛОМ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗЦА

о переподготовке с присвоением квалификации

На уровне профессионально-технического образования
(срок обучения – 3 - 4 месяца)

✓ **по профессиям: «продавец», «повар», «официант», «бармен» «буфетчик», «контролер-кассир»**

Форма обучения – дневная, вечерняя, выходного дня

По окончании обучения выдается

СВИДЕТЕЛЬСТВО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗЦА

о переподготовке по профессии

Для поступления требуются следующие **документы:**

1. Диплом об окончании учреждения образования (профессионально-технического, среднего специального, высшего) с приложением; для студентов старших курсов – справка-разрешение с места учебы
2. Копия трудовой книжки, заверенная по месту работы;
3. 2 фотографии (3 x 4 см).

Справки по телефону: 8-017-200-83-30, 8-017-306-47-38.

Наш адрес: г. Минск, ул. Замковая, 33, каб. 205, отдел переподготовки.

Проезд: авт. № 1, 69, 73 до остановки «Дворец спорта»

Для заметок