

[Олехнович М. О. Адаптация нового сотрудника \[Мультимедиа\]: учебный видеокейс/ М. О. Олехнович. - Электрон. дан. \(603 МБ; 19 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2006. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\): цв., зв. - Систем. требования: PENTIUM-III, память 128 ОЗУ, видеокарта 16 МБ, Microsoft Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

В отдел маркетинга принят новый специалист-креативщик. Менеджер по персоналу Татьяна посчитала более важным правильно оформить все документы, нежели организовать новичку комфортные условия работы. Линейный руководитель отнесся к новому подчиненному с прохладцей, поскольку владеет информацией, что новичок - ставленник генерального директора. Сможет ли наш герой наладить отношения с коллективом? Возможно, менеджер по персоналу должна была построить адаптацию новичка как-то иначе?

[Олехнович М. О. Адаптация начинающего руководителя \[Мультимедиа\]: учебный видеокейс/ М. О. Олехнович. - Электрон. дан. \(603 МБ; 19 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2006. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\): цв., зв. - Систем. требования: PENTIUM-III, память 128 ОЗУ, видеокарта 16 МБ, Microsoft Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Уход начальника отдела маркетинга поставил перед менеджером по персоналу непростую задачу – где взять руководителя? Было решено продвинуть своего, и рядовой специалист Илья превращается в начальника своего отдела. На новом посту молодого руководителя ожидает ряд трудностей, с которыми он не в силах справиться в одиночку. Кто и как должен помочь адаптироваться к первой управленческой должности выросшему сотруднику?

[Олехнович М. О. Адаптация стороннего руководителя \[Мультимедиа\]: учебный видеокейс/ М. О. Олехнович. - Электрон. дан. \(606 МБ; 16 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2006. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\): цв., зв. - Систем. требования: PENTIUM-III, память 128 ОЗУ, видеокарта 16 МБ, Microsoft Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Не выдержав психологической перегрузки, Илья покидает компанию, и отдел маркетинга опять остается без начальника. На этот раз берут опытного руководителя со стороны, но значит ли это, что он сам со всем справится? Понимая необходимость адаптации новых сотрудников, менеджер по персоналу Татьяна не учитывает, что перед ней руководитель и в его адаптации есть своя специфика. Как же сделать так, чтобы сторонний руководитель прижился в компании?

[Сараев В. В. Сегментирование рынка \[Мультимедиа\]: учебный видеокейс/ В. В. Сараев. - Электрон. дан. \(644 МБ; 10 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2005. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\) : цв., зв. - Систем. требования: PENTIUM-III, память](#)

[128 ОЗУ, видеокарта 16 МБ, Microsoft Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Для компании «ТКДом» выход на рынок коттеджного строительства стал нелегким. Новая для России технология каркасного домостроения не избавляла от жесткой конкуренции с множеством опытных игроков. В этих условиях компания не могла распылять свои силы. Необходимо было выбрать целевые сегменты потребителей и сосредоточить свои усилия именно на них. Выбор означал серьезные перемены в организации маркетинговой деятельности компании в целом. Ситуацию комментирует Эксперт.

[Сараев В. В. Выбор целевого рынка \[Мультимедиа\]: учебный видеокейс/ В. В. Сараев. - Электрон. дан. \(644 МБ; 12 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2005. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\): цв., зв. - Систем. требования: PENTIUM-III, память 128 ОЗУ, видеокарта 16 МБ, Microsoft Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Несколько лет назад технология современного каркасного домостроения была еще неизвестна в России. Пара предпринимателей загорелась идеей освоить ее первыми. Но, приобретя саму технологию у шведской компании, они столкнулись с выбором: как именно ее использовать? Решение было далеко неочевидно. Можно наладить промышленное производство панелей для строительных компаний, строить самим «коробки» будущих коттеджей или полностью готовые дома. Каждый из вариантов таил в себе и свои преимущества, и значительные риски. Как не ошибиться? Ведь стратегическое решение определит судьбу молодой компании и дальнейшее направление её развития. Ситуацию комментирует Эксперт.

[Международные отношения и бизнес-культура \[Мультимедиа\] = Business negotiations in Russia : учебный видеокурс. - Электрон. дан. \(644 МБ; 41 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2007. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\): цв., sd. - \(Бизнес культура\). - Систем. требования: PENTIUM-III, память 128 ОЗУ, видеокарта 16 МБ, Microsoft Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Видеофильм повествует о переговорах между американским бизнесменом и руководителями одного из российских предприятий с момента их первой встречи и до момента заключения договора. В нем рассматриваются вопросы, связанные с некоторыми отличительными особенностями ведения бизнеса в России, и даются советы о том, как сделать общение с российскими партнерами более продуктивным.

[Креславский А. В. Организация прямых продаж \[Мультимедиа\]/ А. В. Креславский. - Электрон. дан. \(663 МБ; 36 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2005. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\): цв., зв. - \(Работа с клиентами\). - Систем. требования: процессор Pentium -233, память 256 МБ ОЗУ, дисковод 24-х CD-ROM, Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Креславский, Е. С. Организация прямых продаж: учеб. материалы/ Е.С. Креславский. - СПб.: Решение: учебное видео, 2007. - 62 с.

Доминяк В. И. Организация прямых продаж: методич. материалы / В. И. Доминяк. - СПб.: Решение: учебное видео, 2002-2007. - 77 с.

В фильме на примере сотрудников отдела продаж завода, раньше выпускавшего

оборонную продукцию, а теперь начавшего производить товары широкого потребления, рассказывается о проблемах, с которыми сталкиваются начинающие менеджеры по продажам. Конкретные ситуации в фильме описывают задачи продавца, алгоритм его действий, отношения, возникающие между продавцом и покупателем. Анализируются все этапы контакта менеджера по продажам и клиента: установление отношений, презентация продукции, правильная аргументация и преодоление возражений.

[Успешное ведение переговоров \[Мультимедиа\]: учебный видеофильм. - Электрон. дан. \(605 МБ; 31 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2005. - 1 электрон. опт. диск \(CD-ROM\) : цв., зв. - \(Работа с клиентами\). - Систем. требования: процессор Pentium -233, память 256 МБ ОЗУ, дисковод 24-х CD-ROM, Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Доминяк, В. И. Успешное ведение переговоров : метод. материалы/ В.И. Доминяк. - СПб.: Решение: учебное видео, 2007. - 53 с.

Видеофильм рассказывает о заключении крупного контракта между фирмой, поставляющей строительную технику, и районной администрацией одного северного региона. На успешное заключение сделки повлияла готовность представителя торговой фирмы идти на оправданные уступки и стремление учесть интересы обеих сторон. Для наглядности одна и та же ситуация смоделирована два раза. В первый раз представитель фирмы-поставщика строительной техники вроде бы все делает правильно, но отсутствие опыта и специальных навыков, знаний о приемах и уловках во время ведения переговоров приводит к неудаче - заключению контракта на очень невыгодных условиях. В результате его фирма терпит серьезные убытки. Во второй раз та же ситуация проанализирована вновь - как могло бы быть, если бы тот же менеджер вел себя по-другому. Ответ на этот вопрос заставляет серьезно отнестись к изучению психологии переговоров, их планированию и подготовке, искусству достижения компромисса.

[Батушанский, А. В. Философия продаж \[Мультимедиа\]: учеб. видеофильм/ А. В. Батушинский. - Электрон. дан. \(608 МБ; 20 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2003. - 1 электрон. опт диск \(CD-ROM\) : цв., зв. - \(Работа с клиентами\). - Систем. требования: процессор Pentium -233, память 256 МБ ОЗУ, дисковод 24-х CD-ROM, Windows 98/NT/ME/2000/XP. - Загл. с этикетки диска.](#)

Доминяк В. И. Философия продаж: учеб. - метод. материалы / В.И. Доминяк. - СПб. : Решение: учебное видео, 2007. - 32 с.

Видеокурс посвящен аспектам работы сотрудников служб сбыта, не связанным с технологией и техникой работы. Коньком данного фильма является то, как увеличить сбытовые показатели за счет правильного отношения продавцов к своей работе. Как донести до людей, что профессиональная работа намного выгоднее халатного отношения к делу, причем выгодна не только в плане денег, но и в плане эмоционального состояния - работа с удовольствием это то, о чем мечтает, пожалуй, каждый современный человек.

[Беззубцев С. Управление слухами: теория и практика маркетинговых коммуникаций \[Мультимедиа\] : учеб. видеофильм / С. Беззубцев. - Электрон. дан. \(644 МБ; 50 мин.\). - СПб.: Решение: учебное видео, 2005. - 1 электрон. опт. диск](#)

(CD-ROM) : цв., зв. - Систем. требования: процессор Pentium -233, память 256 МБ ОЗУ, дисковод 24-х CD-ROM, Windows 98/NT/2000/XP/Me. - Загл. с титул. экрана. Беззубцев С. А. Управление слухами: Теория и практика маркетинговых коммуникаций : учеб. пособие/ С.А. Беззубцев. - СПб.: Решение: учебное видео, 2004. - 86 с.

Беззубцев С. А. Управление слухами: Теория и практика маркетинговых коммуникаций: методич. пособие / С. А. Беззубцев, М. О. Олехнович ; ред. А. Н. Бурмистров. - СПб.: Решение: учебное видео, 2004. - 56 с.

Беззубцев С. А. Управление слухами: Теория и практика маркетинговых коммуникаций: методич. пособие / С. А. Беззубцев, М. О. Олехнович ; ред. А. Н. Бурмистров. - СПб.: Решение: учебное видео, 2004. - 32 с.

Фильм затрагивает проблему отношения к окружающим нас слухам. Ситуации, показанные в фильме, помогут участникам обучения понять закономерности происхождения и распространения слухов, а также механизмы из воздействия на людей. Занятие с использованием данного видеокурса научит противостоять негативному влиянию слухов, предвосхищать их нежелательное появление и даже использовать слухи в целях повышения узнаваемости вашей торговой марки.