

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС**

навчальної дисципліни  
**«Управління продажами»**  
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Захаренко-Селезньова А.М.**

ст. викладач кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-296-04-56
Електронна адреса	<a href="mailto:angella.zs.68@gmail.com">angella.zs.68@gmail.com</a>
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://http://www.marketing.puet.edu.ua">http://http://www.marketing.puet.edu.ua</a> он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Засвоєння науково-теоретичних і практичних основ процесу аналізу, планування, організації та контролю продажу. Формування у майбутніх фахівців теоретичних знань та практичних навичок щодо формування системи продажу, створення і функціонування маркетингових каналів; теоретико-методологічних аспектів організації продажу для сервісних та промислових підприємств; розробка інформаційного та процедурного забезпечення управління продажами, підходів проведення аналізу витрат системи продажу; управління торговим персоналом.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття, самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: екзамен.
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, економіки бізнесу, маркетингу, маркетингових досліджень, маркетингу послуг, маркетингового ціноутворення, маркетингової товарної політики, маркетингового аналізу, поведінки споживачів.
<b>Мова викладання</b>	Українська

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію,	ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p>	<p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль I Теоретичні основи управління продажами</b>		
<p>Тема 1. Концептуальні засади управління продажами: сучасні тенденції</p>	<p>Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.</p>	<p>Виконання самостійного завдання за темами: сутність і значення управління продажем товарів та послуг у сучасній економіці; зміст управління продажем.; сучасні тенденції в теорії управління продажем; логіка розвитку та еволюція концепцій маркетингу.</p>
<p>Тема 2. Побудова системи продажу на принципах гармонізації</p>	<p>Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.</p>	<p>Виконання самостійного завдання за темами: роль збуту продукції в маркетинговій діяльності підприємств; збут у широкому й вузькому аспектах; критерії ефективності каналів розподілу; етапи планування діяльності в політиці дистрибуції; функції каналів розподілу; переваги й недоліки прямого та опосередкованого каналів збуту; процес (алгоритм) формування каналу розподілу; фактори, які визначають вибір каналу продажу.</p>
<p>Тема 3. Організація продажу</p>	<p>Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.</p>	<p>Виконання самостійного завдання за темами: роль збуту продукції в маркетинговій діяльності підприємств; суть збуту в широкому й вузькому аспектах; акценти в переговорному процесі з потенційними клієнтами; техніки організації продажу; приклади централізованої та децентралізованої служби збуту на підприємстві; види міжособистісних контактів, важливих у бізнесі; комерційне посередництво; які етапи</p>

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
		включає методика встановлення ділових контактів.
Тема 4. Маркетинг у сфері продажу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання самостійного завдання за темами: Оптова торгівля її основні організаційні форми; характеристики (параметри) стимулюючих заходів з прискорення процесу купівлі-продажу товарів та послуг; основні чинники, що сприяють розвитку торгового маркетингу в Україні; інноваційні підходи щодо управління продажем у торговому маркетингу; параметри, які визначають тип магазину та норми «форматування» роздрібних мереж; класифікація підприємств роздрібно торгівлі з погляду операторів роздрібного ринку.
<b>Модуль II. Оперативне та стратегічне управління продажами</b>		
Тема 5. Стратегія і тактика управління продажем	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання самостійного завдання за темами: зміст конкуренції в маркетингових каналах; маркетингові чинники за ступенем керованості з боку продавця; фактори впливу на формування та розробку стратегії маркетингу й продажу; принцип формування лояльності клієнтів та концепція довічної цінності клієнтів; чинники внутрішнього й зовнішнього середовища що впливають на стратегії маркетингу та продажу;
Тема 6. Прогнозування та планування продажу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання самостійного завдання за темами: поняття кон'юнктури ринку; кон'юнктурне дослідження та його етапи; дослідження загальноекономічної кон'юнктури, і показники що використовують для її вивчення; алгоритм прогнозування кон'юнктури ринку; прогноз товарного ринку; кількісні та не кількісні методи прогнозування збуту; план збуту; методи планування кількості територій збуту.
Тема 7. Інтенсифікація комерційних зусиль в процесі продажу	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання самостійного завдання за темами: «директ маркетинг», «прямий маркетинг»; розробка оптимальної системи розподілу; особливості та специфіка організації процесу продажу на ринку України; роль особистого продажу у формуванні сприятливих відносин зі споживачами; основні етапи процесу персонального продажу; проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні?
Тема 8. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання самостійного завдання за темами: предмет оцінки та завданнями ефективності збуту; напрями аналізу збутової діяльності підприємства; аналіз впливу збутової діяльності на прибуток підприємства; оцінка розвитку й результатів діяльності маркетингового каналу; напрями аудиту збутової діяльності (аналіз збуту; аналіз ринкової частки; аналіз співвідношення між витратами на маркетинг і обсягом продажу; фінансовий аналіз; оцінний аналіз за покупцями); облік збутових витрат; функції контролінгу з маркетингу і збуту.

## Інформаційні джерела

1. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / О.А. Біловодська. // К.: Знання, 2011. — 495 с.
2. Маркетингові інструменти впливу на клієнтів, як система управління продажами / А.М. Захаренко-Селезньова, В.М. Трайно, Н.І. Яловега // Вісник ХНУ (Економічні науки). 2021 № 1, С. 44-48. Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/05/VKNU-ES-2021-N-1-290.pdf>
3. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: [монографія] за загальною редакцією д.е.н., проф. Н.В. Карпенко // К: Центр учбової літератури, 2016 - 252с. Режим доступу: [http://dSPACE.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5127/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C\\_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80\\_%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F\\_%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE\\_%D0%92%D0%A1%D0%95\\_%D0%905%20\(1\).pdf](http://dSPACE.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5127/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80_%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%92%D0%A1%D0%95_%D0%905%20(1).pdf)
4. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко). – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 344 с. Режим доступу: [http://dSPACE.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketungova%20dialnist%20pidpriemstv\\_Monografia\\_Karpenko.pdf](http://dSPACE.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketungova%20dialnist%20pidpriemstv_Monografia_Karpenko.pdf)
5. Карпенко Н.В. Управління маркетингом на торговельному підприємстві / Н.В. Карпенко, Н.І. Яловега // Науковий вісник ПУЕТ. Серія: Економічні науки. - Полтава: ПУЕТ, 2018. - №1 (86). - С. 62-67. Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1440/1252>
6. Музичка Є.О. Оцінка ефективності збутової діяльності торговельних підприємств / Є.О. Музичка // Економічний часопис ХХІ. – 2013. – №11-12 (2). – С.64 – 67.
7. Пилипчук В.П. Управління продажем : навч. посібник / В.П. Пилипчук, О.В. Данніков. — К. : КНЕУ, 2011. — 627 с.
8. Пилипчук В. П. Побудова системи продажу на принципах гармонізації / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков, О. П. Савіч // Вчені записки : зб. наук. пр. / Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана ; [редкол.: А. Ф. Павленко (відп. ред.) та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2010. – Вип. 12. – С. 139–145. Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/197221986.pdf>
9. Ентоні Яннаріно Інструкція ефективного продавця./ – Видавництво Наш формат, 2020 – 192 с.
10. Штефаніч Д. Управління продажем, його функції та об'єкта орієнтація / Д. Штефаніч, О. Дячун // Режим доступу: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/694/70>

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

**Політика оцінювання здобувачів вищої освіти.** Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu.pdf>

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_por\\_kryt\\_osinyuvannya.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_osinyuvannya.pdf)

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidacziyi-zdobuvachamy-vyshhovi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf> .

Положення про повторне навчання [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_pro-povt-navch.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-povt-navch.pdf)

**Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.

**Політика щодо академічної доброчесності.** Списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття. В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks\\_chesti\\_students.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_students.pdf) .

Положення про академічну доброчесність [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_akadem\\_dobrochesnist.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf)

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannavyupadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf> .

**Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:**

Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_por\\_perezarah\\_rez\\_zvo.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf) .

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha\\_pro\\_akademichnu\\_mobilnist.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf)

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти

<https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.

**Політика вирішення конфліктних ситуацій:**

Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravylya-vyrishennya-konfliktnyh-sytuaczij-u-puet.pdf>

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poloz\\_pro-apel\\_pidscontr.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poloz_pro-apel_pidscontr.pdf)

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

**Політика підтримки учасників освітнього процесу:**

Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/>.

**Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ** <http://puet.edu.ua/other-divisions/studentykyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>

**Уповноважений з прав корупції** <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

**Безпека освітнього середовища:** Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyediyalnosti/>

**Оцінювання**

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

<b>Види робіт</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
Модуль 1 (теми 1-4): виконання практичних завдань (3 бали); виконання самостійних завдань (1 бал); поточна модульна робота (10 балів)	26
Модуль 2 (теми 5-8): виконання практичних завдань (3 бали); виконання самостійних завдань (1 бал); поточна модульна робота (10 балів)	26
Виконання та захист індивідуального завдання.	8
Підсумковий контроль (екзамен)	40
Разом	100

**Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни**

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка за шкалою ЄКТС</b>	<b>Оцінка за національною шкалою</b>
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни