

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ»</p> <p>Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) Спеціальність: <u>075 Маркетинг</u> Рік навчання: <u>3-й, семестр 6-й</u> Кількість кредитів ECTS: <u>5 кредитів</u> Назва кафедри: <u>аграрного менеджменту та маркетингу</u> Мова викладання: <u>українська</u></p>
Лектор курсу	к.п.н., ст. викл. Бєлкін Ігор Володимирович
Контактна інформація лектора (e-mail)	belkin@vsau.vin.ua, belkinvn82@ukr.net

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Управління продажами» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 150 год.: лекції - 26 год.; практичні заняття - 24 год., самостійна робота - 100 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Пререквізити. Базові знання з дисциплін: “Маркетингова цінова політика”, “Комерційна діяльність посередницьких підприємств”, “Маркетингове планування”, “Рекламний реактив (копірайтинг) та семіотика в рекламі”, “Логістика”.

Постреквізити. Основні положення навчальної дисципліни можуть застосовуватися при вивченні таких дисциплін: “Інтернет-маркетинг”, “Мерчандайзинг”.

ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Призначення навчальної дисципліни.

Освітня компонента «Управління продажами» – це формування високоосвіченого фахівця з широким кругозором і особистості. Навчальна дисципліна формує у студентів систему теоретичних знань про галузь управління продажами як одну із ключових наук про ринок та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку. Вивчення навчальної дисципліни передбачає: з'ясування ролі продажу в системі управління підприємством; засвоєння теоретичних основ дисципліни; опанування методологічного апарату маркетингового аналізу, планування та організації маркетингової діяльності; формування розуміння та навичок використання збутового інструментарію для ефективного прийняття рішень і забезпечення успішного функціонування підприємства на ринку.

Мета вивчення навчальної дисципліни.

Метою вивчення дисципліни «Управління продажами» є формування у студентів системи теоретичних знань про систему управління продажами та практичних навичок щодо використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку.

Задачі вивчення дисципліни.

При вивченні дисципліни здобувач має опанувати досягнення таких професійних напрямків: знання теоретичних основ маркетингу; розуміння збутових аспектів управління підприємством, процесів планування і проведення маркетингових досліджень, розробки маркетингової стратегії і тактики; уміння інтерпретувати збутову політику, аналізувати маркетингові показники; навички розробки комплексу маркетингу, плану маркетингу; здатність аналізувати товарну, цінову, комунікаційну, збутову політики, процеси організації і контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен володіти інтегральною, загальними, фаховими компетентностями та програмними результатами навчання, зокрема:

Інтегральна компетентність:

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

Фахові компетентності:

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати:

Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, метод самопрезентації).

План вивчення навчальної дисципліни

№ тижня	Назва теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції.	6	4	20
2	Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем.	4	4	20
3	Стратегія і тактика управління продажем.	4	4	15
4	Прогнозування та планування продажу.	4	4	15
5	Управління торговим персоналом.	4	4	15
6	Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу.	4	4	15
Разом:		26	24	100

Самостійна робота здобувача вищої освіти

Самостійна робота студента організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не виносяться на аудиторне опрацювання та виконання індивідуального творчого завдання (гугл-презентації).

Виконання здобувачем самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій з викладачем. Навчальний матеріал освітньої компоненти, передбачений робочою програмою для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, виноситься на поточний і підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять. Організація самостійної роботи здобувачів передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розробку навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

Індивідуальні завдання здобувач виконує самостійно під керівництвом викладача згідно з індивідуальним навчальним планом.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

Види самостійної роботи

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Підготовка до лекційних та практичних занять	30	щотижнево	Усне та письмове опитування, тестовий контроль, обговорення проблемних питань, вирішення ситуаційних задач
2	Підготовка самостійних питань з тематики дисципліни	30	щотижнево	Усне та письмове опитування, обговорення проблемних питань
3	Індивідуальні творчі завдання	20	1 раз	Захист індивідуального завдання, обговорення, виступ з презентацією
4	Підготовка до контрольних заходів	20	2 рази	Усне та письмове опитування, тестування у системі СОКРАТ та MOODLE
Разом		100		

Список основної та додаткової літератури

Основні

1. Brent Adamson, Mettjo Dixon. Характеристики Суперпродавці. Як навчитися продавати, а не "впарювати". Наш Формат. 2018. 240 с.
2. Майкл Аун. Це ж клієнт, дурнику. Фабула. 2019. 240 с.
3. Максим Батирев, Микола Лазарев. Озброєння відділів продажів. Системний підхід. Фабула. 2021. 288 с.
4. Вільям Паундстоун. Міф про чесну ціну. Наш Формат. 2018. 344 с.
5. Чет Голмс. Ідеальна машина продажів. Фабула. 2019. 288 с.
6. Ідріс Муті. Брендинг за 60 хвилин. Фабула. 2019. 256 с.
7. Майкл Портер. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Наш Формат. 2020. 195 с.
8. Нік Рекгем. Техніка продажу SPIN Як не прогавити великого клієнта. Фабула. 2019. 248 с.
9. Стельмахова. Піаритись не можна зупинитись. Ліра-Плюс. 2019. 196 с.

10. Ентоні Яннарино. Інструкція ефективного продавника. К. Наш формат. 2020. 192 с.

Додаткові

1. Белкін І.В. Професійна підготовка менеджера маркетингових комунікацій на основі ділових ігор. Інвестиції: практика та досвід. 2021. №15. С. 31-37.
2. Белкін І.В. Особливості вірусного маркетингу, бенчмаркінгу та соціально відповідального маркетингу як перспективних напрямків на ринку. Економіка та суспільство. Випуск 37. Одеса. 2022. С. 195-202.
3. Біловодська, О. А. Маркетингова політика розподілу. Навч. посіб. К. Знання. 2011. 495 с.
4. Біловодська, О.А. Маркетинговий менеджмент. Навч. посіб. К. Знання, 2010. 332 с.
5. Братко, О.С. Маркетингова політика комунікацій Навч. посіб. Тернопіль. Карт-бланш. 2009. 275 с.
6. Власенко, Я.О. Основи сучасного маркетингу. Навч. посіб. К. Фірма "ІНКОС". 2011. 328 с.
7. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика. Навч. посіб. К. ВД. "Професіонал". 2009. 320 с.
8. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств. Монографія. Суми. СумДУ. 2011. 192 с.
9. Краус К.М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу: концепції, організація, домінанти розвитку. Монографія. Полтава. Дивосвіт. 2013. 164 с.
10. Парсяк, В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології. Херсон. Олді-плюс. 2015. 326 с.
11. Петруня, Ю.Є. Маркетинг Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К. Знання, 2010. 351 с.
12. Пилипчук В. П., Данніков О. В. Управління продажем. К. : КНЕУ. 2011.

13. Телетов О.С. Інновації в маркетингу промислового підприємства. Монографія. Суми. СумДУ. 2013. 282 с.
14. Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг. Навч. посіб. К. Академвидав, 2010. 272 с.
15. Чучка, І.М. Інтерактивний маркетинг. Навч. посіб. К. Кондор. 2009. 122 с.

Інформаційні ресурси

1. Тестові завдання з Управління продажами (внутрішній сайт ВНАУ).
2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ).
3. Кабінет Міністрів України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>
4. Законодавство України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.kiev.ua/>
5. Державний комітет статистики України / [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>

Контроль і оцінка результатів навчання

Розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль - загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи - 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв'язування ситуаційних вправ та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) - 10 балів; за показниками наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності - 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) - 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач

протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом додаткового завдання з метою добору балів для допущення до підсумкового контролю.

Розподіл балів за видами навчальної діяльності

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
1	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	5
2	Участь у роботі на практичних заняттях	10
3	Виконання самостійної роботи	5
4	Рубіжний контроль	10
	Всього за атестацію 1	30
Атестація 2		
5	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	5
6	Участь у роботі на практичних заняттях	15
7	Виконання самостійної роботи	10
	Всього за атестацію 2	30
	Індивідуальні та групові творчі завдання (виконання презентації за заданою проблемною тематикою, виконання макетів, виступ на наукових конференціях)	10
	Підсумкове тестування (залік)	30
	Разом	100

Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	задовільно
60-65	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.