



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Управління продажами»**

<b>Спеціальність</b>	<i>075 Маркетинг</i>
<b>Освітня програма</b>	<i>ОПП «Маркетинг»</i>
<b>Освітній рівень</b>	<i>Перший (бакалаврський)</i>
<b>Статус дисципліни</b>	<i>обов'язкова</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>Українська</i>
<b>Курс / семестр</b>	<i>4 курс, 7 семестр</i>
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<i>5</i>
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	<i>Лекції – 30 год.</i>
	<i>Практичні – 30 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 90 год.</i>
<b>Форма підсумкового контролю</b>	<i>Екзамен</i>
<b>Кафедра</b>	<i>Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108*А, <a href="https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html">https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html</a></i>
<b>Викладачі</b>	<i>Левченко Ірина Василівна, доктор філософії Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент</i>
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<i>fem.novytska@nupr.edu.ua fem.dobryanska@nupr.edu.ua</i>
<b>Дні занять</b>	<i>За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу</i>
<b>Консультації</b>	<i>Аудиторія 108*А відповідно до графіку</i>
<b>Мета навчальної дисципліни</b> – формування усвідомлення сутності можливих каналів розподілу товарів (послуг), рішень щодо управління продажами, а також відпрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань у процесі аналізу, планування та організації продажів, управління торгівельними відношеннями.	
<b>Програмні результати навчання</b>	
Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	
Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	
Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	
<b>Передумови для навчання</b>	
Попередньо опановані дисципліни: маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення	
<b>Індивідуальне завдання</b>	<i>Не передбачено</i>
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	



**Тема 1.** Канали розподілу товарів: поняття, характеристики та різновиди. **Тема 2.** Гуртові посередники, гуртова торгівля. **Тема 3.** Роздрібна торгівля. **Тема 4.** Організація продажів товарної продукції. **Тема 5.** Прогнозування продажів. **Тема 6.** Структура управління продажами товарної продукції. **Тема 7.** Психологічні аспекти процесу продажу товарів і послуг. **Тема 8.** Стимулювання продажів: технології sales promotion. **Тема 9.** Мерчандайзинг в управлінні роздрібними продажами

**Сторінка курсу на платформі Moodle**

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=1011>

#### Рекомендовані джерела

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ: Кондор-Видавництво, 2017. 368 с.
2. Беквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.
3. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств : монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 462 с
4. Васильківський Д., Шевчук А. Концепція бізнес-співпраці у формуванні логістичних каналів розподілу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2020. Вип. 25. с. 5-12.
5. Дядін А.С., Ткаченко С.О. Канали розподілу товарів як фактор розвитку сфери обігу. Соціальна економіка. 2020. Вип. 59. С. 65-72.
6. Жуков С.А. Дистрибуція та координація каналів розподілу з елементами маркетинг-міксу. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. №2 (21), 2019. с. 48-56.
7. Ілляшенко С.М. Інформаційні потоки в маркетингу і логістиці інноваційного процесу в умовах технологічних трансформацій. Інфраструктурне забезпечення сталого розвитку територій: інноваційний аспект: колективна монографія / за ред. Олени Омеляненко. Суми: Триторія, 2023. С. 172-201. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71891>
8. Крикавський Є. В., Похильченко О. А., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок [Текст]: підручник. Львів: Львівська політехніка, 2020. 848 с.
9. Торговельне підприємництво: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. В. Фролової. Одеса, Бондаренко М.О., 2018. 640 с.
10. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468 с.
11. Пилипчук В.П., Данніков О.В. Управління продажем навч. посібник. К.: КНЕУ, 2011. 627 с.

#### Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю – 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

#### Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	50
Екзамен	50
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

#### Розподіл балів за курсову роботу

Пояснювальна записка	Ілюстративна частина	Захист роботи	Сума
до 50	Відсутня – 0 балів	до 50	100

**Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання**



<b>Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»</b>		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

**Політика навчальної дисципліни**

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=1011>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу  
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13