



## СИЛАБУС КУРСУ УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ПРОДАЖАМИ

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Спеціальність – 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітньо-професійна програма: «Підприємництво та торгівля»

Курс навчання: 3 Семестр: 6

Кількість кредитів: 5 ECTS Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ППП

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Галько Людмила Романівна

Контактна інформація [l.halko@wunu.edu.ua](mailto:l.halko@wunu.edu.ua), тел. (0352) 51-75-36, вн. 13-21

### Опис дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів системних знань про принципи та методи ефективного управління процесами розподілу продукції та організації продаж, а також практичних навичок аналізу поведінки споживачів та побудови взаємовідносин із клієнтами для забезпечення продаж та досягнення поставлених бізнес-цілей. Основний фокус дисципліни зосереджений на розвитку аналітичних та управлінських компетентностей, необхідних для ефективно організації збутової діяльності підприємства та застосування сучасних методів здійснення продаж.

### Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	Сутність та значення маркетингової політики розподілу	Знати сутність та основні завдання маркетингової політики розподілу, розуміти її основні заходи та елементи, аналізувати системи розподілу	Тести, практичні завдання
2	Товарний рух та проектування каналу розподілу.	Розуміти канали розподілу у маркетинговому середовищі підприємства, знати ланцюг розподілу канал постачання, канал товароруху, канал збуту, маркетингові канали, рівень маркетингового каналу, засвоїти зміст та елементи управління товарним рухом, планувати системи товароруху, оцінювати та вибирати форми товароруху, використовувати ABC- XYZ при управлінні товарорухом	Тести, практичні завдання
3	Система розподілу на промисловому підприємстві.	Розуміти економічний зміст, види і функції розподілу на промисловому підприємстві, знати	Тести, практичні

		модельовання та організаційні основи розподілу	завдання
4	Гуртова та роздрібна торгівля в каналах розподілу.	Знати сутність, види і функції оптової торгівлі, засвоїти фактори необхідності виникнення і функціонування оптових підприємств на ринку, розуміти роль і значення оптової торгівлі при розподілі товарів, розуміти поняття, склад і функції роздрібно торгівлі, аналізувати фактори розвитку роздрібно мережі, її роль та значення, організувати товаропостачання товарів підприємств роздрібно торгівлі	Тести, практичні завдання
5	Державна закупівля та державне замовлення.	Знати правові основи системи державних закупівель та державних замовлень, вивчити організацію державної закупівлі, розуміти систему державного нагляду, контролю та координації у сфері закупівель	Тести, практичні завдання
6	Оптимізація каналів розподілу.	Аналізувати канали розподілу, розуміти стратегії маркетингових каналів, вміти сформулювати маркетингову політику розподілу, оцінювати результати діяльності каналу та рентабельність каналу розподілу, вміти обрати оптимальний канал розподілу, аналізувати взаємодію учасників каналу розподілу, розуміти причини виникнення та шляхи усунення конфліктів в каналах розподілу	Тести, практичні завдання
7	Маркетингова логістика в каналах розподілу.	Знати сутність, завдання, принципи і функції маркетингової логістики, логістичні системи маркетингової логістики, розуміти системи DRP	Тести, практичні завдання
8	Сутність продаж, їх види та призначення.	Зрозуміти сутність й поняття таких категорій як продажі, продукт, комунікації, вміти презентувати і демонструвати продукт, знати суть процесу продажу та вимоги до нього, розуміти вплив продажів на загальну стратегію компанії, виявляти проблеми і потреби клієнта	Тести, практичні завдання
9	Планування продаж.	Вміти планувати продажі та визначати цілі, організувати продажі, розробляти стратегії роботи з клієнтами, оцінювати і контролювати процес продажу	Тести, практичні завдання
10	Техніки та методи продаж.	Розуміти основні чинники, які формують перше враження, володіти технікою продаж, обрати метод продаж, знати техніки продажів	Тести, практичні завдання
11	Психологія продаж.	Розуміти основні канали невербальної комунікації: міміка, жести, візуальний контакт, голосові характеристики, просторова поведінка, володіти прийомами нейромаркетингу в продажах	Тести, практичні завдання
12	Організація продаж по телефону.	Знати види та цілі дзвінків, розуміти переваги продажу телефоном, засвоїти етапи продажу по телефону, проводити підготовку до холодного дзвінка, здійснювати розвідування під час	Тести, практичні завдання

		холодного дзвінка, знати алгоритми і скрипти спілкування під час холодного дзвінка	
13	Продажі в мережі Інтернет.	Засвоїти сутність, завдання та принципи продаж в інтернеті, розуміти особливості онлайн-продаж, знати різновиди онлайн-платформ	Тести, практичні завдання
14	Управління відносинами з клієнтами.	Вміти збирати інформацію, використовувати методи формування клієнтської бази, розуміти значення і необхідність воронки продажів, знати етапи воронки продажів, володіти особливостями роботи системи CRM	Тести, практичні завдання
15	Управління персоналом в процесі продаж.	Знати критерії, яким повинні відповідати менеджери з продаж, розуміти зміну обов'язків менеджера з продаж, засвоїти функції менеджера з продажу, вміти презентувати себе, володіти теоріями мотивації, розуміти фактори мотивації продавців та використовувати методи підвищення їх кваліфікації	Тести, практичні завдання

### Літературні джерела

1. Бабко Н.М., Мандич О.В., Квятко Т.М., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Поведінка споживача: навч. посібник. Харків, 2020. 170 с.
2. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг, 2020. 136 с.
3. Борисова Т.М., Галько Л.Р., Дудар В.Т, Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Процишин Ю.Т., Хрупович С.Є. Словник понять і термінів з маркетингу. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 112 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49382>.
4. Котлер Філіп, Армстронг Гарі Основи маркетингу: 5-те видання; пер. з англ. Київ: «Науковий світ», 2022. 880 с.
5. Котлер Філіп, Картаджайя Хермаван, Сетьяван Іван Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового; пер. з англ. К.: КМ-БУКС, 2019. 224 с.
6. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок. Л.: Видавництво Львівської політехніки, 2020. 848 с.
7. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, В. Дудар [та ін.]; за ред. Н.Р. Іванечко. Тернопіль, ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>.
8. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова [та ін.] ; під заг. ред. Н.В. Попової. Харків : Факт, 2020. 314 с.
9. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. Київ, 2020. 468 с.
10. Педроса Луїс Гнучкі бренди: ловіть клієнтів, стимулюйте зростання та вирізняйтеся на ринку; пер. з англ. А. Кучми. К.: Yakaboo Publishing, 2021. 272 с.
11. Райс Ел, Траут Джек Маркетингові війни; пер. з англ. В. Стельмах. Харків: Видавництво «ранок»: Фабула, 2022. 240 с.
12. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ, 2022. 354 с.
13. Соколов Олександр Активні продажі по телефону, на зустрічах та в менеджерах. Книга-тренінг. Київ, 2023 450 с.
14. Яннаріно Унтоні Книга Інструкція ефективного продавця. Мистецтво завершення угод; пер. з англ. Валерії Глінки. К.: Наш формат, 2020. 192 с.
15. Ivanechko N., Borysova T. & Monastyrskiy G. (2020) Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. *Financial and Credit Activity-Problems of*

### Політика оцінювання

У процесі вивчення дисципліни «Управління розподілом та продажами» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання як: поточне опитування та тестування; аналітичні звіти, доповіді за темою заняття; оцінювання результатів модульного контролю; презентація групових проєктів в рамках виконання завдань з тренінгу; оцінювання результатів самостійної роботи; студентські виступи на науково-практичних конференціях.

**Політика щодо дедлайнів та перескладання.** Для виконання усіх видів завдань та проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни, про які викладач повідомляє студентів на початку вивчення дисципліни. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

**Політика щодо академічної доброчесності.** Використання друкованих або електронних джерел інформації під час проведення поточного контролю знань та модульного контролю заборонено. Під час контрольного заходу студент може користуватися лише дозволеними допоміжними матеріалами або засобами; йому забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією з іншими студентами, використовувати, розповсюджувати, збирати варіанти контрольних завдань. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час виконання практичних завдань, у яких передбачається проведення аналітичних розрахунків.

**Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим. Пропуски практичних занять обов'язково відпрацьовуються в години консультацій. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, навчання закордоном, закордонне стажування, карантин, воєнний стан) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу та з дозволу дирекції факультету. Для здобувачів, які навчаються за індивідуальним графіком, поточне оцінювання проводиться під час консультацій та шляхом виконання завдань в системі Moodle.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту, наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять за темами 1-15 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття).	Підсумкова оцінка за виконання модульних завдань за змістовими модулями 1 та 2 в системі Moodle.	Оцінка, отримана за результатами виконання завдань, винесених на тренінг.	Оцінюється за результатами виконання та презентації наскрізного завдання.

Шкала оцінювання студентів:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	<i>Відмінно</i>	<b>A</b> (відмінно)
85-89	<i>Добре</i>	<b>B</b> (дуже добре)
75–84		<b>C</b> (добре)
65–74	<i>Задовільно</i>	<b>D</b> (задовільно)
60-64		<b>E</b> (достатньо)
35–59	<i>Незадовільно</i>	<b>FX</b> (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		<b>F</b> (незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)