



## Силабус курсу

Управління розподілом та продажами

Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Рік навчання: IV, Семестр: VIII

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доц. Іванечко Неля Ростиславівна



Викладач та розробник модуля «Стратегічний маркетинг» сертифікованих курсів з Інтернет маркетингу ЗУНУ.  
Викладач на курсах Digital marketing українсько-шведської ІТ школи Beetroot Academy.  
Отримала сертифікат про навчання в Краківському економічному університеті, де освоїла нові та інноваційні методи викладання.  
Консультант з питань маркетингових комунікацій у громадській організації «Відродження нації», що фінансується Міжнародною організацією з міграції (МОМ).

Контактна інформація [n.ivanechko@gmail.com](mailto:n.ivanechko@gmail.com), +380685159732

### Опис дисципліни

Дисципліна «Управління розподілом та продажами» спрямована на оволодіння знаннями щодо процесу розподілу й продажу товарів і послуг в офлайн і онлайн форматах, формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань про роботу менеджерів з продажу та збуту, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку й збагачення прийомів та технік здійснення продаж.

### Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 1	<b>1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.</b>	Знати сутність та основні завдання маркетингової політики розподілу. Розуміти її основні заходи та елементи. Аналізувати системи розподілу.	Тести, практичні завдання
2 / 1	<b>2. Товарний рух і механізми використання</b>	Розуміти канали розподілу у маркетинговому середовищі підприємства. Знати ланцюг розподілу,	Тести, практичні

	<b>каналів розподілу.</b>	канал постачання, канал товароруху, канал збуту, маркетингові канали, рівень маркетингового каналу.	завдання
2 / 1	<b>3. Управління товарним рухом.</b>	Засвоїти зміст та елементи управління товарним рухом. Планувати системи товароруху. Оцінювати та вибирати форми товароруху. Використовувати ABC- XYZ при управлінні товарорухом.	Тести, практичні завдання
2 / 1	<b>4. Розподіл на промисловому підприємстві</b>	Розуміти економічний зміст, види і функції розподілу на промисловому підприємстві. Знати моделювання розподілу та організаційні основи розподілу.	Тести, практичні завдання
2 / 1	<b>5. Оптова торгівля в каналах розподілу.</b>	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.	Тести, практичні завдання
2 / 1	<b>6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу.</b>	Розуміти поняття, склад і функції роздрібною торгівлі. Аналізувати фактори розвитку роздрібною мережі, її роль та значення. Організувати товаропостачання товарів підприємств роздрібною торгівлі.	Тести, практичні завдання
2 / 1	<b>7. Державна закупівля та державне замовлення.</b>	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
2 / 1	<b>8. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.</b>	Аналізувати канали розподілу. Розуміти стратегії маркетингових каналів. Вміти сформулювати маркетингову політику розподілу.	Тести, практичні завдання
2 / 2	<b>9. Вибір оптимального каналу розподілу.</b>	Оцінювати результати діяльності каналу та рентабельність каналу розподілу. Вміти обрати оптимальний канал розподілу.	Тести, практичні завдання
2 / 2	<b>10. Конкуренція в каналах розподілу.</b>	Аналізувати взаємодію учасників каналу розподілу. Розуміти співробітництво у каналах, конфлікти в каналах, конкуренція у каналах розподілу.	Тести, практичні завдання
2 / 2	<b>11. Розподілення і маркетингова логістика.</b>	Знати сутність, завдання, принципи і функції маркетингової логістики. Знати логістичні системи маркетингової логістики. Розуміти системи DRP.	Тести, практичні завдання
2 / 2	<b>12. Вплив продажів на загальну стратегію компанії.</b>	Розуміти сутність й поняття таких категорій як продажі, продукт, комунікації, управління продажами. Вміти презентувати і демонструвати продукт.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>13. Функціональні обов'язки в сфері продажу.</b>	Знати критерії, яким повинні відповідати менеджери з продаж. Розуміти зміну обов'язків менеджера з продаж. Засвоїти функції менеджера з продажу. Вміти презентувати себе.	Тести, практичні завдання, кейси

2 / 2	<b>14. Мотивація і навчання торгового персоналу.</b>	Володіти теоріями мотивації. Розуміти фактори мотивації продавців. Знати методи навчання.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>15. Психологія продаж.</b>	Розуміти основні канали невербальної комунікації: міміка, жести, візуальний контакт, голосові характеристики, просторова поведінка. Володіти прийомами нейромаркетингу в продажах.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>16. Роль нетворкінгу в продажах.</b>	Вміти збирати інформацію. Знати методи формування клієнтської бази. Здійснювати підготовку до продажу і попередні переговори. Визначати потенціал організації.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>17. Процес індивідуальних продажів.</b>	Знати суть процесу продажу та вимоги до нього. Розуміти вплив продажів на загальну стратегію компанії. Виявляти проблеми і потреби клієнта.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>18. Планування продажів.</b>	Вміти планувати продажі та визначати цілі. Організовувати торговельний персонал. Розробляти стратегії роботи з клієнтами. Оцінювати і контролювати процес продажу.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>19. Техніка продажів.</b>	Розуміти основні чинники, які формують перше враження. Володіти технікою продаж.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>20. Сучасні методи продажів.</b>	Вміти обрати метод продаж. Знати методи продажів.	Тести, практичні завдання
2 / 2	<b>21. Організація продажів по телефону.</b>	Знати види та цілі дзвінків. Розуміти переваги продажу телефоном. Засвоїти етапи продажу по телефону.	Тести, практичні завдання
2 / 2	<b>22. Підготовка та здійснення холодних дзвінків.</b>	Вміти проводити підготовку до холодного дзвінка. Здійснювати розвідування під час холодного дзвінка. Знати алгоритми і скрипти спілкування під час холодного дзвінка.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>23. Продажі в мережі Інтернет.</b>	Засвоїти сутність, завдання та принципи продаж в інтернеті. Розуміти особливості онлайн-продаж. Знати різновиди онлайн-платформ.	Тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	<b>24. Автоматизація продаж та управління відносинами з покупцями за допомогою CRM.</b>	Розуміти значення і необхідність воронки продажів. Знати етапи воронки продажів. Володіти особливостями роботи системи CRM.	Тести, практичні завдання, кейси

### Літературні джерела

1. Геммонд Річард. Мистецтво роздрібної торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу. Пер. з англ. – 4.вид., доп. – К. : Вид. група КМ-БУКС, 2019. – 416 с.
2. Діксон Метью, Адамсон Брент. Суперпродавці. Як навчитися продавати, а не «впарювати» / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. – К. : Наш формат, 2018. – 240 с.
3. Євген Жигілій. Майстер дзвінка. Як пояснювати, переконувати і продавати телефоном / пер. з рос. А. Стояновської. – Дніпро: Моноліт, 2019. – 376 с.
4. Іванечко Н.Р., Оконський М.В. Управління продажами у сфері послуг. *Галицький економічний вісник*. 2023. Том 85. №6. С.167-173. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/44107>
5. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. - 208 с.
6. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сіпігін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.
7. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
8. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник / Л.В. Олексенко. – К.: Видавництво Ліра-К, 2018. – 468 с.
9. Хрупович Світлана. Моделювання каналів розподілу при електронних продажах. Світ економічної науки. Збірник тез міжнародної науково-практичної інтернет конференції. Тернопіль. -2017.-№5.- С.121-123.
10. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskyi G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. *Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice*. 2020. №4 (35). 507-513 P. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222527>
11. Borysova, T., Monastyrskyi G., Khрупovych S., Chaikivska V. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. *Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice*. 2022. P.306-315. URL: <https://doi.org/10.55643/FCAPTP.2.43.2022.3614>  
<https://publons.com/p/52935278/>

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час виконання практичних завдань/задач.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються 15 балів. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4	Разом
20%	20%	20%	40%	100%
1. Усне опитування під час заняття (11 тем по 5 балів = 55 балів) 2. Письмова робота = 45 балів.	1. Усне опитування під час заняття (13 тем по 5 балів = 65 балів) 2. Письмова робота = 35 балів.	1. Написання та захист КПІЗ = 80 балів. 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів.	1. Теоретичне питання = 30 балів. 2. Теоретичне питання = 30 балів. 3. Задача = 40 балів.	100

Шкала оцінювання студентів:

<b>ECTS</b>	<b>Бали</b>	<b>Зміст</b>
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом