

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА  
(назва , факультету)  
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ  
(назва кафедри)

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**  
Проректор  
з навчально-виховної  
роботи

Віталій БОЯРЧУК

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ТА КЛІЄНТСЬКИМ СЕРВІСОМ**  
(назва навчальної дисципліни)

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»  
(шифр і назва спеціальності)

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Львів 2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління продажами та клієнтським сервісом»  
(назва навчальної дисципліни)

для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 – Підприємництво та торгівля, ОС «Магістр»

Розробники: к.е.н., доц. Ольга ЛИСЮК

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри підприємництва та торгівлі

Протокол від «28» серпня 2024 року № 2.

Завідувач кафедри підприємництва та торгівлі

\_\_\_\_\_ Юрій ГУБЕНІ  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено на засіданні методичної комісії (ради) факультету управління, економіки та права ЛНУП

Протокол від «29» серпня 2024 року № 1

Голова методичної комісії к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ (Володимир КОВАЛІВ)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## 1. Опис навчальної дисципліни

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
(шифр і назва)

Спеціальність: 076 «Підприємництво та торгівля»  
(шифр і назва)

Освітній ступень: «Магістр»

Характеристика навчальної дисципліни: обов'язкова

Кількість кредитів: 4

Загальна кількість годин – 120

Вид контролю: іспит

## 2. Програма навчальної дисципліни

### **Тема 1. Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції.**

1. Сутність і значення управління продажем товарів та послуг в сучасній економіці.
2. Зміст управління продажем.
3. Сучасні тенденції в теорії управління продажем.

### **Тема 2. Організація продажу.**

1. Теоретико-методологічні аспекти організації продажу на підприємстві.
2. Організація товароруху.
3. Організаційні умови використання каналів розподілу підприємствами виробниками.
4. Формування і оптимізація збутової мережі підприємства та управління продажем.

### **Тема 3. Маркетинг в сфері продажу.**

1. Місце та роль маркетингу в підприємницькій діяльності торговельно-посередницьких підприємств.
2. Оптова торгівля як форма відносин між підприємствами. Типологія підприємств оптової торгівлі.
3. Сутність та значення роздрібною торгівлі. Типологія підприємств роздрібною торгівлі.

### **Тема 4. Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем.**

1. Інформаційні системи та управління маркетинговими каналами.
2. Аналіз клієнтської бази підприємства – інструмент підвищення ефективності продажу.
3. Моніторинг задоволеності споживачів.

### **Тема 5. Стратегія і тактика управління продажем.**

1. Процес розробки стратегії продажу.
2. Напрямки діяльності стратегічних бізнес одиниць.
3. Стратегія вибору партнерів по каналу збуту.

### **Тема 6. Прогнозування та планування продажу.**

1. Аналіз ринкових можливостей компанії.
2. Аналіз продажу для прийняття управлінських рішень.
3. Методи прогнозування продажу.

### **Тема 7. Управління торговим персоналом.**

1. Мотиваційні системи та психологія продажу.
2. Методи організації роботи торгового персоналу.
3. Критерії відбору торгового персоналу. Стимулювання персоналу, зайнятого продажем .

### **Тема 8. Інтенсифікація комерційних зусиль в процесі продажу.**

1. Процес управління продажем. Практична реалізація програми продажу.
3. Роль особистого продажу у формуванні сприятливих відносин зі споживачами.
4. Бізнес-рішення комерційних суб'єктів у мережевих системах.

### 3. Структура навчальної дисципліни

Номер теми	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	11	12	13
								0				
	Рік підготовки 5 Семестр 1						Рік підготовки 5 Семестр 1					
1	11	2	2			7	11	0,5	1			9,5
2	11	2	2			7	11	0,5	1			9,5
3	11	2	2			7	11	0,5	1			9,5
4	11	2	2			7	11	0,5	1			9,5
5	11	2	2			7	11	1	1			9
6	11	2	2			7	11	1	1			9
7	12	2	2			8	12	1	1			10
8	12	2	2			8	12	1	1			10
<b>Разом</b>	90	16	16			58	90	6	8			76
<b>Іспит</b>	30					30	30					30
<b>Усього годин</b>	120	16	16			88	120	6	8			106

### 4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції	2
2	Організація продажу	2
3	Маркетинг в сфері продажу	2
4	Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем	2
5	Стратегія і тактика управління продажем	2
6	Прогнозування та планування продажу	2
7	Управління торговим персоналом.	2
8	Інтенсифікація комерційних зусиль в процесі продажу	2
<b>Всього</b>		<b>16</b>

### 5. Питання, винесені на самостійне вивчення

№з/п	Назва питання
1	Вплив змін у ринковому попиті на комерційні зв'язки.
2	Типологія підприємств роздрібної торгівлі.
3	Маркетингові рішення з ефективною роботи роздрібною торгівлі.
4	Електронна комерція
5	Формування лояльності клієнтів та концепція довічної цінності клієнтів
6	Прогнозування та планування продажу на основі використання ERP-систем.
7	Розробка програм навчання торгового персоналу
8	Особливості та специфіка організації процесу продажу на ринку України

### 6. Методи навчання

**1. Словесні методи** (розповідь, пояснення, бесіда, лекція.)

**2. Наочні методи** ілюстрація (картинки, таблиці, моделі, малюнки тощо).

**3. Практичні методи:** вправи, навчальна праця. Практичні роботи, реферати.

## 7. Методи контролю:

1. Усне опитування (фронтальне, індивідуальне детальний аналіз відповідей студентів).
2. Письмова аудиторна та поза аудиторна перевірка ( контрольні роботи з конкретних питань)
3. Практична перевірка виконання практичної роботи, аналіз виробничої інформації , рішення професійних завдань, ділові ігри і т. д.
4. Стандартизований контроль ( тести).

Види контролю: Поточний контроль, проміжний модуль, іспит.

## 8. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота (разом 50 балів)								Підсумковий тест (іспит)	Сума
розділ 1				розділ 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	50 балів	100 балів
5	5	5	10	5	5	5	10		

T1, T2 ... T10 – теми змістових модулів.

## 9. Методичне забезпечення

Підручники і навчальні посібники; інструктивно-методичні матеріали до семінарських, практичних і лабораторних занять; індивідуальні навчально-дослідні завдання; контрольні роботи; текстові та електронні варіанти тестів для поточного і підсумкового контролю, методичні матеріали для організації самостійної роботи студентів, виконання індивідуальних завдань.

## 10. Рекомендована література

### Базова

1. Пилипчук В. П., Данніков О. В. Управління продажем: навч. посіб. Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. економічний ун-т імені Вадима Гетьмана». К.: КНЕУ, 2011. 627 с.
2. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
3. Кондратюк І. В., Малініна М. Я. Професійні продажі: Навчальний посібник. / За наук. ред. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ: «Лілея-НВ», 2015. 192 с.
4. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468 с.
5. Господарський кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
6. Закон України «Про захист прав споживачів» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

### Допоміжна

1. Мерчандайзинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.
2. Маркетингові технології економічного зростання: монографія / М.А. Окландер, О.І. Яшкіна, І.Л. Литовченко; За ред. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2012. 376 с.
3. Данніков О.В. Маркетингова система управління продажем торговельно-посередницького підприємства: монографія. Київ.: Центр учбової літератури, 2016. 127с.
4. Долинський В.П. Аналіз господарської діяльності сільськогосподарських підприємств: навч. посібник / В.П. Долинський. К. : Вища школа, 2003. 164с.
5. Економічний аналіз : навч. посібник / [М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, та ін.]; за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. К.: КНЕУ, 2003. 556с.

## **Інформаційні ресурси**

1. ...Бібліотечно-інформаційні ресурси— книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЛНУП, державних органів науково-технічної інформації, наукових, науково-технічних бібліотек та інших наукових бібліотек України.

2. Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет:

[www.ebrd.com](http://www.ebrd.com) - Європейський банк реконструкції та розвитку.

[www.icps.kiev.ua](http://www.icps.kiev.ua) - Міжнародний центр перспективних досліджень.

[www.minfm.gov.ua](http://www.minfm.gov.ua) - Міністерство фінансів України.

[www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua) - Верховна Рада України.

[www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) - Державний комітет статистики.

[www.usfa.kiev.ua](http://www.usfa.kiev.ua) - Українське товариство фінансових аналітиків.

[www.fas.com.ua](http://www.fas.com.ua) - Фінансовий аналітик-сервіс.