

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ ТА
КЛІЄНТСЬКИМ СЕРВІСОМ»**

Рівень вищої освіти – Другий (магістерський) рівень

Ступінь вищої освіти – Магістр

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування», 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Обмеження щодо форм навчання – без обмежень

Кількість кредитів – 3

Форма навчання – денна

Рік підготовки – 1, семестр – 2

Дні занять – відповідно до розкладу.

Консультації – відповідно до графіку навчального процесу.

Мова викладання – українська.

Керівник курсу: Лисюк Ольга Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Контактна інформація:

Адреса: вул. Володимира Великого, 1, м. Дубляни, Львівський район, Львівська область, 80381, каб. 314 e-mail: data_2008@ukr.net

Телефони: (робочий) +38 (032) 224-29-28, (мобільний) +38 (097) 48-20-597.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є діяльність суб'єктів ринку з організації, планування, мотивації, контролю та ефективності задоволення споживчого попиту шляхом товарно-грошового обміну.

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління продажем та клієнтським сервісом» є формування сучасної системи поглядів і спеціальних знань у галузі управління продажем, набуття практичних навичок щодо управління продажем на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності діяльності підприємств.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Управління продажем та клієнтським сервісом» є наступні:

- ознайомити з можливостями використання інструментарію маркетингу при організації підприємництва і здійснення бізнесу в процесі управління продажем;
- сформувати стійкі знання, як створити необхідні умови для встановлення взаємовигідних відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно і юридично вільними суб'єктами ринку збуту;

- навчити студентів самостійно розробляти та організовувати комерційні зв'язки із споживачами та торгово-посередницькими підприємствами, координувати торговельно-збутову діяльність підприємства.

Формат курсу – проведення лекцій і практичних занять та консультацій для кращого розуміння тем; виконання самостійної роботи здобувачами; проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів і семінарів).

В карантинних умовах COVID-19 та воєнного стану в Україні допускається проведення лекцій і практичних занять у дистанційній формі з використанням платформ: Moodle, Microsoft Teams, Zoom, Google Hangout Meet, Skype, Viber.

Підсумкова модульна оцінка – є сумою балів, отриманих студентом за виконання практичних завдань, вирішення тестових завдань, написання контрольних робіт та складання підсумкового модульного контролю знань. Максимальна модульна оцінка становить 100 балів.

Академічна політика курсу. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн форматі за погодженням із керівником курсу. Усі види робіт з навчальної дисципліни необхідно виконати і захистити у вказані терміни. Організація та проведення навчального процесу в університеті регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті природокористування: <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Здобувачі, які пропустили заняття з поважної причини, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка консультацій викладача. Роботи, які здаються і захищаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (80% від можливої максимальної кількості балів). Перескладання проміжних модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Процедура відпрацювання пропущених занять регулюється Положенням про порядок відпрацювання студентами Львівського національного університету природокористування пропущених лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять: <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Жодні форми порушення академічної доброчесності не допускаються. Здобувачам варто бути толерантними, поважати чужу думку. Заперечення необхідно формулювати в коректній формі. Не допускаються підказування і списування під час здачі самостійних робіт і проміжного контролю, копіювання вирішених завдань іншими особами. Мобільні пристрої під час проведення аудиторних занять дозволяється використовувати лише з дозволу викладача. Політика щодо академічної доброчесності побудована на основі Положення про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування: <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. В університеті діє чітка процедура антиплагіатної перевірки, що регулюється Положення про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у Львівському національному університеті природокористування за допомогою антиплагіатної інтернет системи (програмно-обчислювального комплексу) StrikePlagiarism: <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Епідемія коронавірусу та російсько-українська війна стали випробуванням для освіти, тому під час навчання активно проводиться дистанційне навчання з використанням різноманітних платформ для виготовлення цифрового навчального контенту та онлайн взаємодії. Зокрема: Платформа Moodle, Платформа Google Classroom, Zoom, Google Hangout Meet, Skype, Viber. Політика щодо умов організації освітнього процесу в умовах пандемії

регулюється Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу в умовах пандемії, зумовленої COVID-19 у Львівському національному університеті природокористування: <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

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. Зовнішнє середовище маркетингових каналів та його вплив на прийняття управлінських рішень.
2. Внутрішнє середовище маркетингових каналів та його вплив на прийняття управлінських рішень.
3. Торговельний маркетинг.
4. Місце та роль маркетингу в підприємницькій діяльності торговельних підприємств.

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 9. Управління продажем у сфері послуг.

1. Сервісне підприємство як система.
2. Розробка, дизайн, процес доставки послуг.
3. Взаємозв'язок якості та продажу послуг та планування процесу їх надання.

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції	4
2	Організація продажу	4
3	Маркетинг в сфері продажу	6
4	Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем	4
5	Стратегія і тактика управління продажем	4
6	Прогнозування та планування продажу	6
7	Управління продажем у сфері послуг.	4
Всього		32

Теми винесені на самостійне вивчення

№з/п	Назва теми
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	Управлінські рішення по рівню обслуговування клієнтів

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. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468 с.

4. Господарський кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

5. 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. С. 115-127

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.

6. Економічна енциклопедія: У 3-х т. - Т.3 / С.В. Мочерний та ін.- К.: Вид центр «Академія», 2002. 952 с.

7. Ільчук М.М., Коновал І.А. Бізнес-планування підприємницької діяльності в АПК: навч. посібник. К.:ЗАТ «Нічлава», 2013. 308 с.

8. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз: підручник / Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик, А. Г. Загородній ; ред. Загородній А. Г. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2008. 487с.

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.

2. Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет:

www.ebrd.com - Європейський банк реконструкції та розвитку.

www.icps.kiev.ua - Міжнародний центр перспективних досліджень.

www.ics.org.ua-Інститут конкурентного суспільства.

www.invest.delovoy.com-Інвестиційний експерт.

www.minfm.gov.ua - Міністерство фінансів України.

www.rada.kiev.ua - Верховна Рада України.

www.ukrstat.gov.ua - Державний комітет статистики.

www.usfa.kiev.ua - Українське товариство фінансових аналітиків.

www.fas.com.ua - Фінансовий аналітик-сервіс.