

Силабус (Syllabus)

Назва дисципліни	ТЕХНІКА ПРОДАЖІВ ТА ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ
	<i>Інформація про викладача</i>
Викладач	ГАВЕНКО МИХАЙЛО СТАНІСЛАВОВИЧ , доктор філософії, доцент сайт – http://vki.vin.ua/ua/wp-content/uploads/2022/11/4-HAVENKO-Mykhaylo-Stanislovovych-03112022.pdf e-mail: gavenko.mykhaylo@gmail.com
	<i>Опис навчальної дисципліни</i>
Обсяг	Кредитів - 90/3 Лекцій - 16 годин Практичних - 16 годин Самостійна робота студентів – 58 годин
Мова викладання	українська
Семестр / форма підсумкової атестації	4 семестр / залік
Політика академічної доброчесності	http://vki.vin.ua/%d0%b0%d0%ba%d0%b0%d0%b4%d0%b5%d0%bc%d1%96%d1%87%d0%bd%d0%b0-%d0%b4%d0%be%d0%b1%d1%80%d0%be%d1%87%d0%b5%d1%81%d0%bd%d1%96%d1%81%d1%82%d1%8c/
Короткий опис курсу	Дисципліна «Техніка продажів та залучення клієнтів» допомагає формувати у студентів знання про ринкове середовище та управління продажами; про клієнтоорієнтований підхід в діяльності організацій; про технології організації продажів; про особливості і види стимулювання продажів.
Мета та завдання курсу	Метою навчальної дисципліни “Техніка продажів та залучення клієнтів” є оволодіння системою теоретичних знань щодо ефективної організації та реалізації продажів товарів і послуг для різних сегментів споживачів. <i>Основними завданнями вивчення дисципліни «Техніка продажів та залучення клієнтів» є:</i> <ul style="list-style-type: none"> - вивчення характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів; - набуття навиків вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур; - набуття навиків розв’язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів .
Курс має на меті	ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і

<p>сформувати та розвинути наступні компетентності студентів: Загальні компетентності</p>	<p>громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця в загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК 1. Здатність враховувати основні закономірності та сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.</p> <p>СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи у діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>СК 8. Здатність визначати і задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.</p> <p>СК 9. Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>СК 10. Здатність використовувати логістичні системи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.</p> <p>СК 11. Здатність використовувати методи митно-тарифного і нетарифного регулювання для здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів ринку.</p>
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>Програмні результати навчання</p> <p>РН 1. Знати свої права як члена суспільства, розуміти цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою.</p> <p>РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.</p> <p>РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.</p> <p>РН 5. Здійснювати пошук, самостійний вибір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.</p> <p>РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.</p>

РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.

РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 10. Визначати характеристику товарів і послуг підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

РН 11. Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати їх на практиці.

РН 12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

РН 14. Визначити потреби споживачів для формування асортименту товарів у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 15. Застосовувати моделі електронної комерції в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

РН 16. Використовувати логістичні системи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											Форми контролю	
	денна форма					Заочна форма							
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі						
л		пр.	інд	с.р.	л		п	лаб.	с.р.	інд	с.р.		
Тема 1. Ринкове середовище та управління продажами		4	4		16								ВОК, О, Д, Е.
Тема 2. Клієнтоорієнтований підхід в діяльності організацій		4	4		16								ВОК, О, Д, Е, Т.
Тема 3. Технологія організації продажів		4	4		16								ВОК, О, Д, Е, Т.
Тема 4. Стимулювання продажів		4	4		10								ВОК, О, Д, Е.
													залік
Усього годин	90	16	16		58								

Політика дисципліни

Форми контролю

- усне та письмове опитування - О;
- дискусія, диспут - Д;
- реферати, есе - Е;
- ведення опорного конспекту – ВОК;

- *презентації та виступи на наукових заходах – П;*
- *тестування – Т;*
- *директорська контрольна робота – ДКР;*
- *комплексна контрольна робота - ККР*
- *диференційований залік – ДЗ.*

**Список
рекомендованих
джерел**

Базова

1. Язвінська О.М. Історія консюмеризму: навчальний посібник. Київ: КНТЕУ, 2003. 364 с.
2. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність. Маркетинг і логістика: навчальний посібник. Київ: «Професіонал». 2004. 268 с.
3. Резнік В.С. Соціально-психологічне моделювання поведінки покупців у процесі маркетингової діяльності: монографія. Кам'янецьПодільський: АбеткаНОВА, 2011. 220 с.
4. Белявцева М.І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Київ: ЦНЛ, 2016. 408 с.
5. Кондратюк І.В., Малініна М.Я. Професійні продажі: навчальний посібник. За наук. ред. М. Г. Бойко. Івано Франківськ: «Лілея НВ», 2015. 192 с.
6. Трейси Б. Психологія продаж. Пер. с англ. Москва: «Попурри», 2014. 256 с.
7. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства: підручник. Київ: Хрещатик, 1999. 800 с.

Додаткова

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с.
2. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
3. Драганчук Л.С. Поведение потребителей: учебник. Москва: ИНФРА – М: 2011. 398 с.
4. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 1998. 352 с.
5. Резнік В.С. Соціально-психологічне моделювання поведінки покупців у процесі маркетингової діяльності: монографія. Кам'янецьПодільський: АбеткаНОВА, 2011. 220 с.
6. Шмигин І. Философия потребления. Потребитель, производство и маркетинг. Харьков: Гуманитарный Центр, 2016. 304 с

Інтернет-ресурси

1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Урядовий портал. Офіційний сайт. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Офіційний сайт. URL: <http://www.me.gov.ua>
4. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського // <http://www.nbuv.gov.ua>
6. Література з техніки продажу та залученню клієнтів: <https://pidru4niki.com/marketing/>

