




**Силабус навчальної дисципліни  
«Управління продажем та клієнтським сервісом»**

**Спеціальність: 075 Маркетинг  
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський)
<b>Статус дисципліни</b>	Професійно-орієнтована навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
<b>Семестр</b>	Осінній семестр
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин</b>	3 кредити/90 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Розвиток продажів в комерції і стратегії продажів. Відповідальність продажів, персональний продаж, управління ключовими клієнтами, заснованого на взаєминах. Інформаційні технології в продажах. Канали і просування продажів. Мотивація і підготовка кадрів. Порядок і процес прогнозування обсягів продажів. Студент буде мати уявлення: про технології, моделі менеджменту продажів в різних країнах; про сучасні досягнення в сфері управління продажами в галузі комерції; про основні напрямки вдосконалення управління продажів, підвищення його ефективності
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Курс спрямований на 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. Закономірності розвитку управління продажем в ринкових умовах, системи управління продажем підприємства.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	Після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним застосовувати стратегії продажів в діяльності компанії, клієнтський аналіз для постановки завдань, розробляти та реалізовувати програми лояльності, будувати моделі продажів в компанії та використовувати різноманітні методології для збільшення обсягу продажів компанії. Використовувати знання з управління продажем для правильної організації продажів та оцінки їх ефективності; організовувати роботу з продажів з використанням маркетингових підходів; використовувати порівняльні методи планування продажів.
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</b>	Знання, набуті при вивченні дисципліни дозволяють використовувати знання з управління продажами для правильної організації продажів і оцінки їх ефективності; організовувати роботу з проведення продажів з використанням маркетингових підходів; застосовувати порівняльні методи планування продажів. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
<b>Навчальна логістика</b>	<b>Зміст дисципліни:</b> Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції. Теоретико-методологічні аспекти організації продажу на підприємстві. Організація товароруку. Техніка організації продажу. Формування і оптимізація збутової мережі підприємства та управління продажем. Типологія підприємств роздрібною торгівлі.

	<p>Побудова системи продажу на принципах гармонізації. Мерчандайзинг та сэйлз-промоушн. Підходи в маркетингу лояльності. Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем. Стратегія і тактика управління продажем. Управління продажем на промисловому ринку. Управління продажем у сфері послуг. Маркетинговий аналіз та оцінка програми продажу.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, семінарські</p> <p><b>Методи навчання:</b> лекційні заняття, практичні заняття, робота в малих групах, презентації, кейс-метод, методи дистанційного навчання: Google classroom</p> <p><b>Форми навчання:</b> очна, заочна</p>
<b>Пререквізити</b>	Знання маркетингу послуг, маркетингового ціноутворення, оптимізаційних методів та моделей, маркетингових досліджень отриманих отримані на другому (бакалаврського) рівні вищої освіти
<b>Пореквізити</b>	Знання з управління продажем та клієнтським сервісом можуть бути використані під час написання магістерської роботи, а також при вивченні моделювання маркетингових процесів та рішень, інноваційного маркетингу.
<b>Інформаційне забезпечення з репозиторію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Управління продажем: навч. посіб. Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. економічний ун-т імені Вадима Гетьмана». К.: КНЕУ, 2011. 627</li> <li>2. Василенко В.А. Проблеми системного підходу в економіці / В.А. Василенко // Зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2014. – Вип. 47. – С. 36-40.</li> <li>3. Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір: Монографія / Ред.: Е. М. Лібанова; Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. 383 с.</li> </ol>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	аудиторія теоретичного навчання, ПК, мультимедійний проектор
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Модульний контроль, диференційований залік (тестування)
<b>Кафедра</b>	маркетингу
<b>Факультет</b>	Економіки та бізнес-адміністрування
<b>Викладач(і)</b>	<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div> <p><b>РАДЧЕНКО ГАННА АНАТОЛІЇВНА</b></p> <p><b>Посада:</b> доцент</p> <p><b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук</p> <p><b>Вчене звання:</b> доцент</p> <p><b>Профайл викладача:</b>  <a href="https://cutt.ly/JyFSpiI">https://cutt.ly/JyFSpiI</a> (Google scholar)</p> <p><b>Тел.:</b> +380509530296</p> <p><b>E-mail:</b> <a href="mailto:hanna.radchenko@npp.nau.edu.ua">hanna.radchenko@npp.nau.edu.ua</a></p> <p><b>Робоче місце:</b> 2.203</p> </div>  </div>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	
<b>Лінк на дисципліну</b>	