

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Економічний факультет

Кафедра підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Каталог 3 вибірових дисциплін

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність D3 Менеджмент
ОПП Підприємництво та інновації

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 5 від 05 грудня 2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2026-2027 н.р.

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Управління продажами в підприємстві
Викладач (-і)	Ціжма Оксана Анатоліївна, старший викладач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки
Контактний телефон викладача	+380509140302
Е-mail викладача	oksana.tsizhma@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді та сайті кафедри https://kptpe.pnu.edu.ua/hrafik-provedennia-konsultatsij/ .
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Управління продажами в підприємстві – це дисципліна, що вивчає сукупність процесів розробки, планування, моніторингу та контролю всіх етапів продажу продуктів компанії.</p> <p>Предметом вивчення дисципліни «Управління продажами в підприємстві» є один із видів організаційної (маркетингової) діяльності, спрямованої на встановлення і досягнення цілей продажу, за допомогою адаптації та гнучкого реагування на зміну умов зовнішнього середовища.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Метою викладання навчальної дисципліни «Управління продажами в підприємстві» 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. Закономірності розвитку управління продажем в ринкових умовах, системи управління продажем підприємства.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Управління продажами в підприємстві» є засвоєння теоретичних та організаційних основ управління продажем, розуміння сутності системи продажу та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розуміння системи методів маркетингу в управління продажем.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни «Управління продажами в підприємстві» є плани, яких компанія повинна досягти, щоб підвищити успішність результатів підприємницької діяльності та збільшення прибутку і доходу, зокрема зацікавити потенційного клієнта та перетворити його на покупця; просунути новий товар; вийти на новий ринок; привернути нових клієнтів; продати певний продукт; підвищити впізнаваність компанії або продукту; отримати інформацію про ставлення покупця до ціни.</p> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни «Управління продажами в підприємстві» студент повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> про роль і розвиток продажів в комерції і стратегії продажів; про відповідальність продажів, про персональний продаж, про управління ключовими клієнтами, заснованого на взаєминах; про інформаційні технології в продажах; канали і просування продажів; про мотивацію і підготовку кадрів; порядок і процес прогнозування обсягів продажів. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> використовувати знання з управління продажами для правильної організації продажів і оцінки їх ефективності; організувати роботу з проведення продажів з використанням маркетингових підходів; 	

застосовувати порівняльні методи планування продажів.

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 продажами, підвищення його ефективності.

Результатами навчання є знання про методики продажів, стратегії ціноутворення та управління збутом, а також розвиток практичних навичок з дослідження ринку, встановлення контактів з клієнтами, ведення переговорів, роботи з відмовами та побудови тривалих відносин з клієнтами. Випускники будуть здатні розробляти та впроваджувати ефективні стратегії продажів, аналізувати потреби споживачів і адаптуватися до умов ринку для досягнення бізнес-цілей.

4. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни 90 год

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	16/6
семінарські заняття	14/4
самостійна робота	60/80

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
2	D3 Менеджмент	1	вибірковий

Тематика курсу

Тема	кількість год.					
	Денна форма			Заочна форма		
	лекції	семінари	самостійна робота	лекції	семінари	самостійна робота
Тема 1. Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції.	2	2	5	1	-	10
Тема 2. Організація та побудова системи продажу на принципах гармонізації. Управління торговим персоналом.	2	1	5	1	1	10
Тема 3. Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем.	2	1	5	-	-	10
Тема 4. Стратегія і тактика управління продажем.	2	2	5	1	1	10
Тема 5. Прогнозування та планування продажу. Маркетинговий аналіз та оцінка програми продажу	2	2	10	-	-	10
Тема 6. Квоти продажів та цілі продажів: різниця та взаємозв'язок	2	2	5	1	1	5
Тема 7. Візуальні ефекти продажів для приваблення та утримування клієнта	2	2	10	1	1	5
Тема 8. Післяпродажне обслуговування та навички зближення з клієнтом	2	-	5	1	-	10
Індивідуальне завдання	-	-	10	-	-	10
Усього годин	16	14	60	6	4	80

5. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу

Знання, при формі семестрового підсумкового контролю-заліку, оцінюються як з теоретичної, так і з практичної підготовки відповідно до національної шкали за такими критеріями:

зараховано:

90 – 100 – здобувач освіти міцно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і буде відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок;

80 – 89 – здобувач освіти дуже добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;

70 – 79 – здобувач освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається кількох неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;

60 – 69 – здобувач освіти в основному опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє значну кількість неточностей у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

50 – 59 – здобувач освіти частково опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє значну кількість неточностей у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

не зараховано:

26 – 49 – здобувач освіти не опанував більшості навчального матеріалу дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

1 – 25 здобувач освіти не володіє навчальним матеріалом дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

Шкала оцінювання для заліку

університетська	національна	шкала ЄКТС
90 – 100	зараховано	A
80-89		B
70-79		C
60-69		D
50-59		E
26-49	Не зараховано	FX
1-25		F

Система оцінювання курсу	Поточне тестування та самостійна робота		Сума балів з навчальної дисципліни	
	Модуль 1	Модуль 2		
	Поточний контроль	Самостійна робота		
		Тестування		Індивідуальна робота
	Теми 1-8	Теми 1-8		Теми 1-8
	60	20		20
100			100	
Вимоги до письмової роботи	<p>Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального завдання – (ІЗ) на одну із обраних тем під керівництвом викладача.</p> <p>Індивідуальні завдання (ІЗ) виконується у вигляді презентації до 10 слайдів з вказанням назви завдання, шифру групи та прізвища виконавця.</p> <p>Оформляють ІЗ у вигляді презентації за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін. (захист відбувається на останньому семінарському занятті, презентація надсилається викладачу на електронну пошту).</p> <p>Максимальна оцінка за ІЗ становить 100 балів. Бал за індивідуальне завдання переводиться у 20-бальну шкалу.</p>			
Семінарські заняття	<p>Поточний контроль проводиться на кожному семінарському занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання практичних завдань.</p> <p>В період дистанційного навчання заняття проходять за допомогою платформи Zoom та університетської системи дистанційного навчання.</p> <p>Критерії поточного оцінювання:</p> <p>«90-100» – в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.</p> <p>«70-89» – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.</p> <p>«50-69» – в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.</p> <p>«1-49» – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.</p> <p>Поточні оцінки які можуть отримати студенти під час семінарських занять сумуються і розраховується як середнє арифметичне. Середній бал переводиться у 60 бальну шкалу.</p>			

	<p style="text-align: center;">ДОДАТКОВІ БАЛИ ДО ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ</p> <p>Доповнення усного виступу: 20 балів – отримують студенти, які глибоко володіють матеріалом, чітко визначили його зміст; зробили глибокий системний аналіз змісту виступу, виявили нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст доповіді, надали власні аргументи щодо основних положень даної теми. 10 балів – отримують студенти, які виклали матеріал з обговорюваної теми, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми та висловили власну думку. Суттєві запитання до виступаючих: 20 балів – отримують студенти, які своїм запитанням до виступаючого суттєво і конструктивно можуть доповнити хід обговорення теми. 10 балів – отримують студенти, які у своєму запитанні до виступаючого вимагають додаткової інформації з ключових проблем теми, що розглядається.</p>
<p>Самостійна робота</p>	<p>Самостійна робота студентів: 1. Тестування 2. Індивідуальна робота Тестовий контроль: студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) (дві спроби – кращий результат). Максимальна кількість балів за тестування становить 100 балів (20 тестів по 5 балів). Тестування проводиться в визначений період для контролю самостійної роботи. Середній бал за тестування переводиться у 20 бальну шкалу. Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального завдання (ІЗ). Максимальна оцінка за ІЗ становить 100 балів. Середній бал за індивідуальне завдання переводиться у 20 бальну шкалу. Контроль знань індивідуальної роботи проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період теоретичного навчання.</p>
<p>Підсумковий семестровий контроль</p>	<p>Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 100 балів і переводиться у національну шкалу ЄКТС. Підсумковою формою контролю є залік, який виставляється як сума балів за модулями. Студент повинен набрати не менше 50 балів у сумі за два модулі: М 1. Поточний контроль (1-60 балів). М 2. Самостійна робота (1-40 балів). Результати неформальної освіти можуть зараховуватись відповідно до Положення про порядок зарахування результатів неформальної освіти в університеті. Якщо студент набрав менше 50 балів. Дозволяється, як виняток, з дозволу декана економічного факультету за заявою, погодженою з кафедрою підприємництва, торгівлі та прикладної економіки, одноразове виконання студентом додаткових видів робіт з навчальної дисципліни (відпрацювання пропущених занять, перескладання змістових модулів, виконання індивідуальних завдань тощо) для підвищення оцінок за змістові модулі. Студентам, які мають з навчальної дисципліни оцінку від 1 до 49, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.</p>

В умовах online ідентифікація здобувача вищої освіти відбувається з використанням програми Zoom або Google Meet.

Повторне складання заліків допускається не більше двох разів з кожної дисципліни:

один раз викладачеві (**талон №2**) усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (**талон №3**) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів.

Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у встановлені терміни без поважної причини, **відраховують** з університету за академічну неуспішність або за його згодою направляють на **повторне вивчення навчальної дисципліни** (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).

6. Політика курсу

Письмові роботи. Виконання індивідуального завдання оформляється у електронному вигляді та надсилається на електронну пошту викладача або створений Google-диск.

Академічна доброчесність. Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення в університеті <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагиату/>.

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски семінарських занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при цьому ставиться оцінка, а нб округляється.

Неформальна освіта. Результати неформальної освіти можуть зараховуватись відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf>

Використання штучного інтелекту (ШІ): дозволяється як допоміжний інструмент.

Додаткові бали +10 балів за участь у конференції: виступ або тези; до 10 балів за сертифікат неформальної освіти.

7. Рекомендована література

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ: Кондор-Видавництво, 2017. 368 с.

2. Беквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.

3. Бужимська, К. О. (2022). ОРГАНІЗАЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ НА ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ. Підприємництво і торгівля, (33), 24-30. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-03>

4. Васильківський Д., Шевчук А. Концепція бізнес-співпраці у формуванні логістичних каналів розподілу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2020. Вип. 25. с. 5-12.

5. Дядін А.С., Ткаченко С.О. Канали розподілу товарів як фактор розвитку сфери обігу. Соціальна економіка. 2020. Вип. 59. С. 65-72.

6. Жуков С.А. Дистрибуція та координація каналів розподілу з елементами маркетинг-міксу. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. №2 (21), 2019. с. 48-56.

7. Заяц, О., & Височило, О. (2024). УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ. Економіка та суспільство, (69). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-150>

8. Ілляшенко С.М. Інформаційні потоки в маркетингу і логістиці інноваційного процесу в умовах технологічних трансформацій. Інфраструктурне забезпечення сталого розвитку територій: інноваційний аспект: колективна монографія / за ред. Олени Омеляненко. Суми: Триторія, 2023. С. 172-201. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71891>

9. Михаліцька Н., Яцик М. Управління власним бізнесом : навчальний посібник у схемах і таблицях. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. 480 с.

10. Міщук І. П., Залога Н. І., Луньов Є. Т., Яковчук М. В. Управління продажами як інструмент активізації діяльності спеціалізованих магазинів: актуальність, зміст, напрями реалізації. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/3/2>

11. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468 с.

12. Пилипчук В.П., Данніков О.В. Управління продажем навч. посібник. К.: КНЕУ, 2011. 627 с.

13. Тімченко О.Д. Теоретична сутність поняття управління продажами. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2021. Вип. 2(34). С. 74-81.

14. Торговельне підприємництво: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. В. Фролової. Одеса, Бондаренко М.О., 2018. 640 с.



Викладач:
Ціжма Оксана Анатоліївна,
ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки