

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

**Факультет маркетингу**

**Кафедра маркетингу імені А.Ф. Павленка**

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

Науково-методичною радою університету  
Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2022 р.

Голова НМР \_\_\_\_\_ А.М. Колот

**МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ  
З ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ»**

<b>рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>галузь знань</b>	07 «Управління та адміністрування»
<b>спеціальність</b>	075 «Маркетинг»
<b>освітня програма</b>	«Маркетинг»
<b>спеціальність</b>	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
<b>освітня програма</b>	«Комерційна діяльність та логістика»
<b>тип дисципліни</b>	Обов'язкова

**ПОГОДЖЕНО:**

Начальник навчально-методичного відділу \_\_\_\_\_ Д.М Котенок

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ А.В. Федорченко

**Київ-2022**

Розробник:

Савич О.П., д.е.н., доцент,  
професор кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка  
[savych@kneu.edu.ua](mailto:savych@kneu.edu.ua)

Шишигіна Л.С., ст. викладач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка

Форма навчання —	(очна) денна
Семестр —	7
Кількість кредитів ECTS —	4
Форма підсумкового контролю —	екзамен
Мова(и) викладання	українська

Форма навчання —	заочна
Семестр —	7-8
Кількість кредитів ECTS —	4
Форма підсумкового контролю —	екзамен
Мова(и) викладання	українська

Форма навчання —	дистанційна
Семестр —	7
Кількість кредитів ECTS —	4
Форма підсумкового контролю —	екзамен
Мова(и) викладання	українська

© Савич О.П.  
Шишигіна Л.С., 2022  
© КНЕУ, 2022

## ЗМІСТ

	стор.
<b>ВСТУП</b> .....	<b>4</b>
<b>1. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ</b> .....	<b>6</b>
Тема 1. Основи, суть та принципи системи управління продажами підприємства, синтез маркетингу та продажів.....	6
Тема 2. Мотиви та система прийняття рішення споживачів щодо купівлі.....	6
Тема 3. Визначення цільового клієнта підприємства.....	6
Тема 4. Постановка цілей, прогнозування та планування продажів .....	6
Тема 5. Розробка стратегії продажів та побудова каналів збуту підприємства. Конструювання воронки продажів .....	7
Тема 6. Організаційні структури управління продажами та мотиваційні системи.....	7
Тема 7. Управління та підбір персоналу в продажах.....	7
Тема 8. Застосування сучасних технік продажів в оперативному управлінні продажами .....	7
Тема 9. Ефективні перемовини як гарант успішності продажів .....	8
Тема 10. Аналітика ефективності та контроль системи продажів підприємства.....	8
<b>2. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ОЧНОЇ (ДЕННОЇ) ФОРМИ НАВЧАННЯ</b> .....	<b>9</b>
2.1. Карта навчальної роботи здобувача .....	9
2.2. Критерії оцінювання поточних результатів вивчення навчальної дисципліни.....	10
<b>3. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ</b> .....	<b>12</b>
3.1. Карта навчальної роботи здобувача.....	12
3.2. Критерії оцінювання поточних результатів вивчення навчальної дисципліни.....	13
<b>4. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ</b> .....	<b>15</b>
4.1. Карта навчальної роботи здобувача.....	15
4.2. Критерії оцінювання поточних результатів вивчення навчальної дисципліни.....	16
<b>5. САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧА</b> .....	<b>16</b>
5.1. Зміст самостійної роботи здобувача.....	16
5.2. Порядок оцінювання індивідуальних завдань самостійної роботи з навчальної дисципліни.....	17
5.2.1. Вимоги до виконання індивідуальних завдань самостійної роботи.....	17
5.2.2. Критерії оцінювання результатів виконання індивідуальних завдань самостійної роботи.....	19
<b>6. ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (форма підсумкового контролю — екзамен / дистанційний екзамен)</b> .....	<b>20</b>
6.1. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти під час підсумкового контролю у формі екзамену / дистанційного екзамену.....	20
6.2. Структура та зразок екзаменаційного білета / екзаменаційного тесту.....	24
6.3. Критерії оцінювання екзаменаційної роботи / екзаменаційного тесту.....	25
<b>7. ПЕРЕЗАРАХУВАННЯ ТА ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА</b> ..	<b>27</b>
<b>8. АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ</b> .....	<b>28</b>
<b>9. РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА</b> .....	<b>29</b>
9.1. Основна література.....	29
9.2. Додаткова література.....	29

## ВСТУП

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління продажем» розроблена відповідно до «Положення про робочу програму навчальної дисципліни в ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», затвердженого Вченою радою Університету 27.05.2021 р. (протокол № 10) та введеного в дію наказом ректора від 27.05.2021 р. №306.

**Анотація навчальної дисципліни.** Навчальна дисципліна «Управління продажем» посідає важливе місце серед інших дисциплін бакалаврського рівня, оскільки на її основі узагальнюються знання з інших фахових дисциплін підготовки бакалаврів маркетингу, а також приймаються управлінські рішення. Завдання продажів є забезпечення максимальної виручки, доходів та генерації прибутків підприємства. Продажі виступають основою і необхідністю роботи та існування будь-якого комерційного підприємства. Тому постає необхідність у використанні основних принципів системи управління продажем підприємства, застосуванню синтезу маркетингу та продажів, експлуатації основних мотивів прийняття рішення споживачів щодо купівлі. З цією метою будь-якому підприємству необхідно визначити цільового клієнта, здійснити правильну постановку цілей, прогнозувати та планувати обсяги продажів. Ефективна система продажів базується на розробленій стратегії продажів та визначених каналах збуту підприємства. В системі продажів конструюються організаційні структури управління та мотиваційні системи, які забезпечують ефективне управління та підбір персоналу. Успішність продажів є результатом використання технік продажів та ефективних перемовини. Як результат, в процесі управління продажами, необхідно здійснювати аналітику ефективності та контроль системи продажів підприємства. Всі ці теми розкриває дисципліна «Управління продажем».

**Міждисциплінарні зв'язки** дисципліни «Управління продажем» ґрунтуються на знаннях, уміннях та практичних навичках, отриманих у процесі вивчення навчальних дисциплін «Маркетинг», «Комерційна діяльність», «Менеджмент», а також логічно взаємопов'язана з дисциплінами «Логістика», «Підприємництво», «Менеджмент персоналу» та іншими.

**Метою дисципліни** є формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань щодо побудови, організації та управління системою продажів підприємства що забезпечить ухвалення відповідних управлінських рішень, а також набуття практичних навичок застосування інструментарію та технік продажів, які забезпечать максимізацію прибутку підприємства.

**Завдання (навчальні цілі) дисципліни:**

- використовувати знання і навички критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях;

- застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій та торговельній діяльності;

- володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо прийняття управлінських рішень;

- ознайомити з можливостями використання інструментарію маркетингу при організації підприємництва і здійснення бізнесу в процесі управління продажем;

- навчити здобувачів самостійно встановлювати контакти, зв'язки та здійснювати операції купівлі-продажу із споживачами та комерційними підприємствами, координувати продажі підприємства;

- визначати ключові показники ефективності системи продажів підприємства;

- використовувати управлінські та психологічні навички, техніки в продажах та перемовинах

- ознайомлення здобувачів з основними інструментами, показниками та алгоритмами процесів управління продажами;

- використання конкретних методів та методик організації продажів підприємства.

**Предметом дисципліни «Управління продажем» є методологія організації та управління системи продажів підприємства, застосування ключових інструментів та технік збутової діяльності підприємства за допомогою яких досягаються основні цілі підприємства в показниках виручки, маржинального та чистого прибутку, приймаються управлінські рішення та здійснюється генеральне управління підприємством та його збутовою і маркетинговою діяльністю з метою максимізації прибутків компанії.**

## **1. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ**

### **Тема 1. Основи, суть та принципи системи управління продажем підприємства, синтез маркетингу та продажів.**

Сутність продажів, основні принципи побудови системи продажів підприємства. Зв'язок маркетингової діяльності та управління продажем підприємства. Push та Pull маркетинг. Цілі продажів. Еволюція систем продажів. Організація системи продажів.

Напрямки продажів, види та ринки. Процес продажів та його суб'єкти.

Визначення клієнтської цінності, її формула та побудова канви цінностей. Проблеми, страхи та вигоди клієнта.

Основні етапи продажів та практичні дії підприємства на кожному з етапів.

### **Тема 2. Мотиви та система прийняття рішення споживачів щодо купівлі.**

Основні етапи та критерії прийняття рішення щодо покупки споживачем. Воронка прийняття рішень.

Управління відносинами зі споживачем. Вплив на рішення споживача. Психологія поведінки покупців. Управління емоціями клієнтів.

Визначення рівня задоволення споживача. Управління лояльністю покупця. Продажі новим та існуючим клієнтам. Структура клієнтів, особливості продажів різним поколінням споживачів.

«Невидимі» бар'єри продажів. Організація системи зворотнього зв'язку з клієнтами.

### **Тема 3. Визначення цільового клієнта підприємства**

Портрет ідеального споживача. Визначення цільових та фокусних клієнтів. Ідеальна цільова аудиторія та інструменти її визначення.

Стратегія збільшення продажів «від потенційних споживачів».

Сегментація споживачів підприємства. Застосування моделей RFM, «привабливість сегменту – сила підприємства» та Sherrington 5W. Стратегії продажів в залежності від рівня сегментації ринку. Таргетування пропозиції.

Типи клієнтів. «Точки торкання» з клієнтом.

### **Тема 4. Постановка цілей, прогнозування та планування продажів**

Постановка цілей продажів. Методи прогнозування та планування обсягів продажів. Організація процесу планування продажів. Види планів продажів.

Розрахунок загального, фокусного та тестового ринків підприємства. Визначення частки ринку та побудова прогнозів і планів продажів.

## **Тема 5. Розробка стратегії продажів та побудова каналів збуту підприємства. Конструювання воронки продажів**

Види стратегій та процес розробки стратегій продажів. Стратегії росту, наступу та оборони. Конкурентні стратегії.

Визначення та конструювання каналів розподілу. Розрахунок ефективності каналів збуту. Конфлікти в каналах збуту.

Прямі та непрямі продажі. Інтенсивність дистрибуції. Особливості оптових, роздрібних та Інтернет-продажів.

Побудова воронки продажів та визначення ефективності кожного її етапу.

Регламент структур продажів підприємства.

## **Тема 6. Організаційні структури управління продажами та мотиваційні системи**

Роль та завдання менеджера з продажів. Принципи побудови організаційних структур управління продажами. Типи організаційних структур. Класична та сучасні системи управління продажем. Вибір людиноцентричних продажів або системних продажів. Ідеальний відділ продажів.

Децентралізація та централізація процесів управління продажами.

Основні етапи формування відділу продажів. Система КРІ продажів.

Типи мотивацій відділу продажів. Багатовекторна та перехресна мотивація.

## **Тема 7. Управління та підбір персоналу в продажах**

Принципи підбору та найму персоналу в продажах. Методи визначення таланту бути продавцем. Модель STAR. Плинність кадрів у продажах та методи боротьби.

Система адаптації новачків та навчання співробітників продажів. Навички продажів та експертність в продуктах як основні напрямки навчання персоналу. Роль наставництва та викладання в побудові ефективної системи управління продажем.

## **Тема 8. Застосування сучасних технік продажів в оперативному управлінні продажами**

Уникнення провальних методів продажів. Основні правила успішних продажів.

Страхи клієнтів і методи боротьби з ними. Використання методів підвищення чеку продажів.

Методи SNAP та SPIN продажів. Боротьба з основними запереченнями клієнтів.

Інструменти та техніки продажів. Метод 3-х продажів, слова-магніти та «фігури» мови. Психологічні переконання за Робертом Чалдіні. Переговори по ціні.

Скріпти в продажах.

## **Тема 9. Ефективні перемовини як гарант успішності продажів**

Суть та роль перемовин у сучасній системі управління продажем. Основні етапи перемовин. Цілі перемовин.

Підготовка до перемовин. Метод BATNA. Визначення балансу сил. Пошук спільних інтересів та побудова матриці поступок. Обмін інформацією з іншою Стороною. Аналітика можливих сценаріїв перемовин. AUDIENCE-аналіз. Розробка портрету співрозмовника. Стратегія та техніки перемовин. Ефективне закриття домовленостей. Побудова контрольної панелі перемовин. Алгоритм дій після перемовин. Бар'єри успішних перемовин.

Особливості міжнародних перемовин.

## **Тема 10. Аналітика ефективності та контроль системи продажів підприємства**

Основні методики та метрики оцінювання ефективності продажів у багатовекторних розрізах. Застосування методів рейтингування клієнтів. Оцінка результативності продажів за показником «нових та втрачених клієнтів». Аналітика клієнтської бази.

Визначення активної клієнтської бази (АКБ) та аналітика її даних, як базис прийняття управлінських рішень щодо ефективності продажів підрозділів.

«Сенсус» території та метрики ефективності територіальних продаж.

Організація системи контролю продажів. Методи та види контролю ефективного відділу продажів. Застосування інструменту контролю «фото дня».

Періодичність, принципи та теми нарад у продажах.

## 2. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ОЧНОЇ (ДЕННОЇ) ФОРМИ НАВЧАННЯ

При поточному контролі результатів навчання здобувачів оцінюванню підлягає виконання ними:

- завдань під час навчальних занять;
- контрольних (модульних) робіт;
- індивідуальних завдань самостійної роботи.

### 2.1. КАРТА НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧА з навчальної дисципліни (обов'язкової) «Управління продажем»

*Очна (денна) форма навчання*

Номер заняття	Вид та тема навчального заняття	Максимальна кількість балів <sup>1</sup>
1.	Основи, суть та принципи системи управління продажем підприємства	2
2.	Синтез маркетингу та продажів	2
3.	Мотиви та система прийняття рішення споживачів щодо купівлі	2
4.	Визначення цільового клієнта підприємства	2
5.	Постановка цілей, прогнозування та планування продажів	2
6.	Розробка стратегії продажів та побудова каналів збуту підприємства.	2
7.	Конструювання воронки продажів	2
8.	Організаційні структури управління продажами	2
9.	Мотиваційні системи в продажах	2
10.	Управління та підбір персоналу в продажах	2
11.	Застосування сучасних технік продажів в оперативному управлінні продажами	4
12.	Ефективні перемовини	4
13.	Аналітика ефективності та контроль системи продажів підприємства	2
14.	<i>Захист виконаних індивідуальних робіт для самостійної роботи</i>	<i>10</i>
15.	<i>Контрольна (модульна) робота</i>	<i>10</i>
<b>Усього балів за роботу на семінарських заняттях:</b>		<b>30</b>
<b>Усього балів за контрольну (модульну) роботу</b>		<b>10</b>
<b>Усього балів за виконання індивідуального завдання:</b>		<b>10</b>
<i><b>Додаткові (заохочувальні) бали:</b></i>		
<i>Представлення результатів науково-дослідних робіт здобувача:</i>		
<i>1. Участь у студентських олімпіадах, конкурсах наукових робіт, грантах, науково-дослідних проєктах</i>		<i>до 10</i>
<i>2. Публікація наукових статей, тез доповідей на конференціях</i>		
<b>ЕКЗАМЕН</b>		<b>50</b>
<b>УСЬОГО БАЛІВ:</b>		<b>100</b>

У разі пропуску практичних (семінарських) занять з поважних причин (у тому числі тимчасової непрацездатності у зв'язку із хворобою) здобувач

<sup>1</sup> Оцінка може відповідати результатам навчальної діяльності студентів на одному або декількох заняттях

зобов'язаний своєчасно (не пізніше, як упродовж п'ятих робочих днів після повернення до занять):

- звернутися до декана факультету або його заступника з відповідною заявою щодо отримання дозволу на відпрацювання пропущених навчальних занять;
- сформувати та узгодити з викладачем індивідуальний графік відпрацювання пропущених занять із зазначенням форм робіт;
- відпрацювати пропущені заняття не пізніше, ніж до початку залікового тижня – для навчальних дисциплін з підсумковим контролем у формі екзамену.

**Здобувача НЕ допускають до підсумкового контролю у формі екзамену за таких умов:**

- за результатами поточного контролю здобувач набрав від 0 до 20 балів (включно);
- здобувач пропустив більш як 50 % практичних (семінарських, контактних) занять, не відпрацювавши їх до початку залікового тижня.

**Якщо здобувач набрав від 0 до 20 балів (включно),** то він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Він отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну в наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми **на засадах факультативного вивчення** за індивідуальним графіком згідно з Положенням про надання додаткових освітніх послуг понад обсяги, встановлені навчальними планами і освітніми програмами.

**Якщо здобувач пропустив більш як 50% практичних (семінарських) занять з навчальної дисципліни, незалежно від причини та незважаючи на кількість набраних балів за результатами поточного контролю, виконання контрольних (модульних) робіт та індивідуальних завдань, він не допускається до екзамену з навчальної дисципліни.** Відповідне рішення приймає декан факультету за поданням викладача, який проводить практичні (семінарські) заняття, про що фахівець деканату факультету інформує здобувача до початку екзаменаційної сесії.

## **2.2. Критерії оцінювання поточних результатів вивчення навчальної дисципліни**

Загальна максимальна кількість балів за поточну успішність здобувача протягом семестру складає *50 балів*, які розподіляються наступним чином:

- 1) робота на семінарських заняттях – *максимально 30 балів*,
- 2) виконання контрольної (модульної) роботи – *максимально 10 балів*,
- 3) виконання і захист завдань для самостійної роботи – *максимально 10 балів*.

Оцінювання поточної успішності здобувача за кожним із трьох напрямків здійснюється наступним чином:

- 1) Під час контролю виконання завдань та відповідей на семінарських заняттях можуть оцінюватись наступні види робіт:

- відповіді на теоретичні запитання і виступи на семінарських заняттях,
- рівень знань, продемонстрований під час усного або письмового експрес-контролю;
- активність і рівень знань, продемонстровані під час обговорення на занятті теоретичних і практичних проблемних питань з дисципліни;
- результати виконання і захисту домашніх та/або аудиторних завдань;
- робота в міні-групах (підготовка і презентація розв'язання ситуаційних вправ (кейсів), виконання інших практичних завдань).

Для оцінювання кожного з видів роботи використовується бальна шкала із кроком 1 бал (0; 1; 2; 3; 4; 5 балів). Критеріями оцінювання є: якість, повнота, самостійність виконання студентами конкретних завдань. Максимальна кількість балів за кожен вид роботи на семінарському занятті визначається викладачем.

Поточний контроль для очної (денної) форми навчання може також здійснюватися на базі платформи Moodle та інших хмарних сервісів синхронного відеозв'язку (BigBlueButton, Zoom, Google Meet, Teams тощо). Поточний контроль для дистанційної форми навчання здійснюється виключно на базі платформи Moodle. Режим проведення – асинхронний протягом встановлених для його складання термінів.

Бали, які здобувач заробив під час аудиторного заняття, викладач переносить у систему електронного обліку поточної успішності здобувачів.

2) Під час *контролю виконання контрольної (модульної) роботи* оцінюються теоретичні знання та практичні навички, які здобувач набув після опанування окремих частин або всієї дисципліни. Письмова контрольна (модульна) робота з навчальної дисципліни «Управління продажем» проводиться один раз наприкінці семестру.

За виконання контрольної (модульної) роботи здобувач може отримати протягом семестру максимально *10 балів*.

Завдання контрольної (модульної) роботи можуть мати вигляд тестів, теоретичних питань, розрахункових задач, практичних завдань. Для оцінювання кожного з видів завдань використовується бальна шкала із кроком 1 бал (0; 1; 2 бали тощо) або 0,5 бали (0; 0,5; 1; 1,5; 2 бали тощо).

Контрольна (модульна) робота може проводитися у формі:

- письмового тестування;
- комп'ютерного тестування (засобами платформи Moodle);
- письмових відповідей на теоретичні питання та/або розв'язування практичних завдань;
- розв'язування практичних ситуацій (кейсів) тощо.

Контрольна (модульна) робота може проводитися в синхронному режимі (як аудиторна контрольна робота) або в асинхронному режимі (наприклад, засобами платформи Moodle). Науково-педагогічні (педагогічні) працівники повинні завчасно інформувати здобувачів про терміни проведення, зміст та форму контрольної (модульної) роботи.

Під час виконання контрольної (модульної) роботи та інших видів контрольних робіт здобувач може користуватися лише переліком матеріалів, дозволених викладачем, який веде заняття з навчальної дисципліни. Використання інших матеріалів та інформаційних засобів (сторонні друковані матеріали, Інтернет, мобільний телефон, планшет, смарт-годинник, додаткові вкладки браузера на комп'ютері (у разі комп'ютерного тестування) тощо) є порушенням Етичного кодексу й дає підстави відсторонити цього здобувача від виконання контрольної (модульної) роботи та оцінити результати її виконання в нуль балів.

3) Під час контролю виконання завдань для самостійної роботи оцінюється рівень самостійності та якості виконання завдань, підготовлених за аналітичними матеріалами конкретного підприємства. Його результати мають бути підготовленими у вигляді презентації і обов'язково захищені перед викладачем.

Картою СРЗ передбачено 10 балів за виконання завдань для самостійної роботи. Індивідуальні завдання можуть бути розосереджені за темами навчальної дисципліни і окремо оцінюватися протягом семестру.

### 3. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

#### 3.1. КАРТА НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧА

з навчальної дисципліни (обов'язкової) «Управління продажем»

*Заочна форма навчання*

Номер заняття	Вид та тема навчального заняття	Максимальна кількість балів <sup>2</sup>
1.	Основи, суть та принципи системи управління продажем підприємства. Синтез маркетингу та продажів	3
2.	Мотиви та система прийняття рішення споживачів щодо купівлі	3
3.	Визначення цільового клієнта підприємства	3
4.	Постановка цілей, прогнозування та планування продажів	3
5.	Розробка стратегії продажів та побудова каналів збуту підприємства. Конструювання воронки продажів	3
6.	Організаційні та мотиваційні структури управління продажами	3
7.	Управління та підбір персоналу в продажах	3
8.	Застосування сучасних технік продажів в оперативному управлінні продажами	3
9.	Ефективні перемовини	3
10.	Аналітика ефективності та контроль системи продажів підприємства	3
11.	<i>Захист виконаних індивідуальних робіт для самостійної роботи</i>	10
12.	<i>Контрольна (модульна) робота</i>	10
<b>Усього балів за роботу на семінарських заняттях:</b>		<b>30</b>
<b>Усього балів за контрольну (модульну) роботу</b>		<b>10</b>

<sup>2</sup> Оцінка може відповідати результатам навчальної діяльності студентів на одному або декількох заняттях

<b>Усього балів за виконання індивідуального завдання:</b>	<b>10</b>
<i>Додаткові (заохочувальні) бали:</i>	
<i>Представлення результатів науково-дослідних робіт здобувача:</i> 1. Участь у студентських олімпіадах, конкурсах наукових робіт, грантах, науково-дослідних проєктах 2. Публікація наукових статей, тез доповідей на конференціях	<i>до 10</i>
<b>ЕКЗАМЕН</b>	<b>50</b>
<b>УСЬОГО БАЛІВ:</b>	<b>100</b>

При поточному контролі результатів навчання здобувачів оцінюванню підлягає виконання ними:

- завдань під час навчальних занять;
- контрольних (модульних) робіт;
- індивідуальних завдань самостійної роботи.

**Здобувача НЕ допускають до підсумкового контролю у формі екзамену, якщо за результатами поточного контролю здобувач набрав від 0 до 20 балів (включно).**

**Якщо здобувач набрав від 0 до 20 балів (включно), то він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Він отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну в наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми на засадах факультативного вивчення за індивідуальним графіком згідно з «Положенням про надання додаткових освітніх послуг понад обсяги, встановлені навчальними планами і освітніми програмами».**

### **3.2. Критерії оцінювання поточних результатів вивчення навчальної дисципліни**

Загальна максимальна кількість балів за поточну успішність здобувача протягом семестру складає *50 балів*, які розподіляються таким чином:

- 1) відповіді (виступи) під час контактних занять – *20 балів*;
- 2) виконання контрольної (модульної) роботи – *10 балів*;
- 3) виконання і захист індивідуальних завдань для самостійної роботи – *20 балів*.

Оцінювання поточної успішності здобувача за кожним із напрямів здійснюється наступним чином:

- 1) Під час *проведення контактних занять* можуть оцінюватись наступні види робіт:
  - відповіді на теоретичні запитання і виступи на заняттях,
  - рівень знань, продемонстрований під час усного або письмового експрес-контролю;
  - активність і рівень знань, продемонстровані під час обговорення на занятті теоретичних і практичних проблемних питань з курсу;
  - результати виконання і захисту домашніх та/або аудиторних завдань;
  - робота в міні-групах (підготовка і презентація розв'язання ситуаційних вправ (кейсів), виконання інших практичних завдань).

Поточний контроль для очної (денної) форми навчання може також здійснюватися на базі платформи Moodle та інших хмарних сервісів синхронного відеозв'язку (BigBlueButton, Zoom, Google Meet, Teams тощо). Поточний контроль для дистанційної форми навчання здійснюється виключно на базі платформи Moodle. Режим проведення – асинхронний протягом встановлених для його складання термінів.

2) Під час перевірки виконання контрольних (модульних) робіт оцінюються теоретичні знання та практичні навички, яких здобувач набув після опанування всієї навчальної дисципліни. Письмова контрольна (модульна) робота проводиться в сесійний період, згідно з розкладом, і може включати – за рішенням викладача – тести, відповіді на теоретичні питання, розв'язання задач та практичних завдань.

Завдання контрольної (модульної) роботи можуть мати вигляд тестів, теоретичних питань, розрахункових задач, практичних завдань. Для оцінювання кожного з видів завдань використовується бальна шкала із кроком 1 бал (0; 1; 2 бали тощо).

Контрольна (модульна) робота може проводитися у формі:

- письмового тестування;
- комп'ютерного тестування (засобами платформи Moodle);
- письмових відповідей на теоретичні питання та/або розв'язування практичних завдань;
- розв'язування практичних ситуацій (кейсів) тощо.

Контрольна (модульна) робота може проводитися в синхронному режимі (як аудиторна контрольна робота) або в асинхронному режимі (наприклад, засобами платформи Moodle). Науково-педагогічні (педагогічні) працівники повинні завчасно інформувати здобувачів про терміни проведення, зміст та форму контрольної (модульної) роботи.

Під час виконання контрольної (модульної) роботи та інших видів контрольних робіт здобувач може користуватися лише переліком матеріалів, дозволених викладачем, який веде заняття з навчальної дисципліни. Використання інших матеріалів та інформаційних засобів (сторонні друковані матеріали, Інтернет, мобільний телефон, планшет, смарт-годинник, додаткові вкладки браузера на комп'ютері (у разі комп'ютерного тестування) тощо) є порушенням Етичного кодексу й дає підстави відсторонити цього здобувача від виконання контрольної (модульної) роботи та оцінити результати її виконання в нуль балів.

3) *Індивідуальні завдання для самостійного виконання* видаються під час установчої сесії або по її закінченню. За місяць до початку сесії здобувачі надсилають виконані роботи в електронному вигляді на особисту електронну адресу викладача. Індивідуальні роботи, які здобувачі виконали в міжсесійний період, вони обов'язково мають захистити на одному з контактних занять під час сесії.

Під час контролю виконання *завдань для самостійної роботи* оцінюється рівень самостійності та якості виконання завдань, підготовлених за аналітичними матеріалами конкретного підприємства Його результати

мають бут підготовленими у вигляді презентації і обов'язково захищені перед викладачем.

#### **4. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ**

При *поточному контролі результатів навчання* здобувачів оцінюванню підлягає виконання ними:

- завдань під час занять в дистанційному режимі;
- контрольної (модульної) роботи.

##### **4.1. КАРТА НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧА з навчальної дисципліни (обов'язкової) «Маркетингові дослідження» для здобувача освітньої програми «Маркетинг»**

*Дистанційна форма навчання*

Тема заняття в дистанційному режимі	Термін виконання	Максимальна кількість балів
Суть та принципи системи управління продажем підприємства, синтез маркетингу та продажів	<i>1—2-й тиждень навчання</i>	4
Мотиви та система прийняття рішення споживачів щодо купівлі. Визначення цільового клієнта підприємства	<i>3—4-й тиждні навчання</i>	4
Постановка цілей, прогнозування та планування продажів	<i>5—6-й тиждні навчання</i>	4
Розробка стратегії продажів та побудова каналів збуту підприємства. Конструювання воронки продажів	<i>7—8-й тиждні навчання</i>	5
Організаційні структури управління продажами та мотиваційні системи, підбір персоналу в продажах	<i>9—10-й тиждні навчання</i>	4
Застосування сучасних технік продажів в оперативному управлінні продажами. Перемовини.	<i>11—12-й тиждні навчання</i>	5
Аналітика ефективності та контроль системи продажів підприємства	<i>13—14-й тиждні навчання</i>	4
Індивідуальна робота-проект розробки системи продажів підприємства	<i>15—16-й тиждні навчання</i>	10
<b>Усього балів за роботу на заняттях у дистанційному режимі</b>		<b>40</b>
<b>Контрольна (модульна) робота</b>	<b>до кінця семестру</b>	<b>10</b>
<b>ДИСТАНЦІЙНИЙ ЕКЗАМЕН</b>		<b>50</b>
<b>УСЬОГО БАЛІВ:</b>		<b>100</b>

**Здобувача не допускають до підсумкового контролю у формі дистанційного екзамену, якщо за результатами поточного контролю здобувач набрав від 0 до 20 балів (включно).**

**Якщо здобувач набрав від 0 до 20 балів (включно), то він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Він отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну в наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми на засадах факультативного**

**вивчення** за індивідуальним графіком згідно з Положенням про надання додаткових освітніх послуг понад обсяги, встановлені навчальними планами і освітніми програмами.

#### **4.2. Критерії оцінювання поточних результатів вивчення навчальної дисципліни**

Загальна максимальна кількість балів за поточну успішність здобувача протягом семестру складає *50 балів*, які розподіляються таким чином:

- 1) робота на заняттях у дистанційному режимі – *40 балів*;
- 2) виконання контрольної (модульної) роботи – *10 балів*.

Специфіка роботи системи управління дистанційним навчанням Moodle передбачає можливість поетапного вивчення тем навчальної дисципліни, тому поточне оцінювання здобувачів дистанційної форми навчання включає бали за кожну відпрацьовану тему курсу в дистанційному режимі. Поточне оцінювання знань здобувача включає бали, отримані здобувачем за виконання навчальних робіт (тестових завдань, розрахункових робіт, есе, рефератів та інших завдань). Конкретна кількість балів за кожну тему курсу визначено у карті навчальної роботи здобувача. Критеріями оцінювання є: якість та повнота виконання здобувачами конкретних завдань. Максимальна кількість балів за кожен вид роботи визначається викладачем.

Під час *контрольної (модульної) роботи* оцінюються теоретичні знання та практичні навички, які здобувач набув після опанування окремих частин або всієї дисципліни. Завдання контрольної (модульної) роботи можуть мати вигляд тестів, теоретичних питань, розрахункових задач, практичних завдань. Для оцінювання кожного з видів завдань використовується бальна шкала із кроком 1 бал (0; 1; 2 бали тощо).

Під час виконання контрольної (модульної) роботи та інших видів контрольних робіт здобувач може користуватися лише переліком матеріалів, дозволених викладачем, який веде заняття з навчальної дисципліни. Використання інших матеріалів та інформаційних засобів (сторонні друковані матеріали, Інтернет, мобільний телефон, планшет, смарт-годинник, додаткові вкладки браузера на комп'ютері (у разі комп'ютерного тестування) тощо) є порушенням Етичного кодексу й дає підстави відсторонити цього здобувача від виконання контрольної (модульної) роботи та оцінити результати її виконання в нуль балів.

Результати поточного контролю фіксуються в електронному журналі обліку поточної успішності академічної групи та записуються в екзаменаційну відомість, яка зберігається в Інституті дистанційних технологій навчання в установленому порядку.

## **5. САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧА**

### **5.1. Зміст самостійної роботи здобувача**

Самостійна робота здобувача спрямована на поглиблене засвоєння змісту навчальної дисципліни, формування вмій та навичок самостійної навчальної діяльності.

Самостійна робота теоретичного спрямування дозволяє поглибити засвоєння теоретичного матеріалу, підготуватися до навчальних занять. Включає виконання низки завдань, спрямованих на засвоєння навчального матеріалу на рівнях «відтворення» та «розуміння». Залежно від інформаційного джерела для самостійного опрацювання навчального матеріалу використовують такі методи: аналіз, синтез, порівняння, класифікація, конспектування, реферування, цитування, анотування, підготовка повідомлень та доповідей, написання творів-есе та наукових статей, надання відповідей на запитання та самостійне формулювання запитань, підготовка ілюстративного матеріалу, формулювання висновків тощо.

Самостійна робота практичного спрямування має на меті формування і розвиток практичних умінь та навичок, підготовку до навчальних занять та засвоєння навчального матеріалу на рівнях «застосування» та «створення». Залежно від типу навчального завдання використовують такі методи: вирішення конкретних задач та ситуацій фахового спрямування, Case study, розрахунково-аналітична робота, проведення наукового дослідження, виконання індивідуального чи групового проєкту, дискусії тощо.

Самостійна робота здобувачів передбачає виконання різних видів завдань: обов'язкові та вибіркові, індивідуальні та групові, у вигляді окремих завдань до кожної теми або комплексних самостійних робіт з кількох тем.

## **5.2. Порядок оцінювання індивідуальних завдань самостійної роботи з навчальної дисципліни**

### **5.2.1. Вимоги до виконання індивідуальних завдань самостійної роботи**

Самостійна робота здобувачів *очної (денної) і заочної форм навчання* протягом семестру передбачає підготовку, виконання, презентацію і захист індивідуального завдання (проєкту).

*Індивідуальне завдання* для здобувачів полягає у підготовці проєкту розробки системи продажів підприємства на прикладі конкретної компанії за результатами проведеного власного маркетингового дослідження. Тема проєкту має стосуватися вирішення актуальних питань, проблем, завдань, що постають перед менеджментом досліджуваного підприємства в сфері продажів, їх побудови, адаптації або трансформації. Головні вимоги (у т.ч. структура, обсяги, приклади оформлення тощо) проєкту розробки системи продажів конкретного підприємства, а також окремі можливі напрямки його здійснення доводяться викладачем до здобувачів під час контактних занять. Тематика проєкту, а також його структура, узгоджуються кожним здобувачем із викладачем індивідуально, оскільки мають враховувати специфіку діяльності підприємства на обраному здобувачем ринку.

**Головна мета** написання проєкту – практичне застосування структури, етапів, методів та інструментів необхідних для ефективного управління системою продажів підприємства.

Внаслідок цього проект повинен містити необхідну маркетингову аналітику, зібрану здобувачами у вигляді масивів первинної (кількісної або якісної за своїм характером і змістом) чи вторинної інформації по досліджуваному ринку та підприємству та практичні рекомендації та етапи розробки системи продажів підприємства, а також необхідні дії та бюджети. У результаті його захисту здобувач повинен засвідчити рівень самостійності проведеної роботи, а також обґрунтованості отриманих висновків і практичних рекомендацій. Обов'язковим є чітке розуміння здобувачем використовуваної при цьому методології, інструментів та методів, які використовуються з ціллю побудови ефективної системи продажів підприємства.

З цією метою здобувачі, реалізуючи проект мають:

- проаналізувати ключові чинники оточуючого бізнес-середовища підприємства (установи, бізнес-організації) в тому числі аналітику ринку;
- визначити ключові характеристики поведінки клієнтів, їх стимули щодо купівлі товарів або послуг, визначити фокусного споживача;
- здійснити аналіз фокусних конкурентів і точки диференціації від них;
- поставити цілі в продажах, розробити плани продажів та прогнози розвитку ринку та продажів підприємства;
- розробити стратегію продажів;
- сконструювати канали збуту підприємства;
- побудувати воронку продажів;
- розробити організаційну структуру та систему мотивації підприємства;
- запропонувати систему найму та адаптації співробітників продажів;
- визначити актуальні для підприємства техніки продажів та стратегію комунікацій з клієнтами;
- встановити точки контролю персоналу відділу продажів та визначити основні метрики аналітики успішності продажів;
- підготувати презентацію результатів проекту.

Таким чином здобувачі можуть застосовувати будь-який із методів, інструментів або шаблонів необхідних для побудови структури продажів будь-якого підприємства.

#### ***Структура роботи:***

1. Вступ (преамбула) обсягом 2-3 стор., в якій має бути описаною проблема даного дослідження, а також ключові напрями розробки проекту.
2. Основна частина роботи, яка може містити необхідну кількість розділів (підрозділів). В її межах наводиться аналітика по досліджуваним показникам, здійснюється їх оцінювання, порівняння, а також конкретні пропозиції та дії, необхідні для побудови ефективної системи продажів підприємства.
3. Висновки і рекомендації для ухвалення конкретного управлінського рішення (рішень) за результатами проведеного маркетингового дослідження.

*Формат представлення* результатів маркетингового дослідження: презентація в MS Power Point або PDF.

Здобувачі виконують індивідуальні завдання самостійної роботи згідно Карти навчальної роботи здобувача. Детальний опис завдань та рекомендацій і вимог щодо їх виконання викладач надає здобувачам на початку вивчення навчальної дисципліни.

Форма здачі робіт на перевірку: в електронному вигляді на особисту електронну адресу викладача. Роботи мають бути оформлені відповідно до «Методичних рекомендацій щодо оформлення студентських наукових робіт за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»<sup>3</sup>.

Форма контролю виконаних завдань самостійної роботи: визначає викладач. Крім перевірки викладачем письмової роботи, може бути передбачений захист роботи і обговорення результатів за графіком занять.

### **5.2.2. Критерії оцінювання результатів виконання індивідуальних завдань самостійної роботи**

Основними *критеріями оцінювання* результатів виконання індивідуальних завдань для самостійної роботи здобувачів денної та заочної форм навчання є:

- самостійність виконання, дотримання норм академічної доброчесності;
- обґрунтування вибору теми та її актуальності для досліджуваного підприємства;
- відповідність змісту роботи її темі;
- постановка дослідницьких завдань і вибір кола оцінюваних в роботі показників;
- якість і самостійність виконання студентами поставлених завдань;
- рівень аргументації авторських висновків і рекомендацій, отриманих за результатами проведених досліджень;
- рівень обґрунтованості рекомендацій управлінського характеру, спрямованих на покращення показників операційної результативності досліджуваного підприємства;
- якість підготовки проекту і презентаційних матеріалів до нього;
- повнота відповідей під час захисту результатів виконання індивідуального завдання для самостійної роботи;
- дотримання встановлених термінів здачі роботи на перевірку;
- відповідність вимогам до оформлення роботи.

Оцінка «10 балів» ставиться за умови, що здобувач повністю виконав поставлене перед собою завдання. Це передбачає збирання доступної первинної чи вторинної інформації (у т.ч. внутрішнього і зовнішнього походження), а також її належний аналіз та оцінювання з метою виявлення причинно-наслідкових зв'язків між досліджуваними змінними, встановлення траєкторії їх розвитку на перспективу і розробку власних рекомендацій щодо обґрунтування можливих напрямків прийняття відповідних управлінських рішень.

---

<sup>3</sup> Розміщено на веб-сторінці кафедри: [https://fm.kneu.edu.ua/ua/fm\\_depts/k\\_marketyngu/info\\_students\\_kmark3/](https://fm.kneu.edu.ua/ua/fm_depts/k_marketyngu/info_students_kmark3/)

Оцінка «8 балів» ставиться за умови, якщо здобувач зібрав і проаналізував достатній обсяг маркетингової інформації з досліджуваної тематики, проте у недостатній мірі встановив характер причинно-наслідкових зв'язків між досліджуваними у роботі параметрами, не встановив їх траєкторію можливого розвитку на перспективу та відповідних напрямків прийняття можливих управлінських рішень.

Оцінка «6 балів» виставляється, якщо здобувач провів власне дослідження, зібрав масиви маркетингової інформації, проте не повністю досягнув поставленого в роботі завдання, не встановив характер причинно-наслідкових зв'язків між аналізованими змінними чи не запропонував напрямків використання даного аналітичного матеріалу менеджментом підприємства. Використаний інструментарій застосовувався обґрунтовано, проте масиви відповідних даних були проаналізовані поверхнево.

Оцінка «0 балів» ставиться за умови, якщо здобувач використав масив інформації, проте не засвідчив свій особистий внесок у процеси її збирання, систематизації, оцінювання. Така оцінка виставляється також у випадку, коли здобувач не може посплатися на джерела отриманої інформації, пояснити методику її отримання, запропонувати напрямки її використання менеджментом підприємства для розв'язання конкретних маркетингових задач або коли він не здатен обґрунтувати необхідність застосування конкретних методів аналізу даних чи не зміг коректно описати запропоновані змінні.

У разі виявлення плагіату (оприлюднення, повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є його автором, або використання чужих слів, ідей, результатів досліджень без належного посилання на їх джерело) або копії (неоригінальна, несамоїйна літературна чи наукова праця, побудована через поєднання частин чужих творів, без самоїйнаї обробки першоджерел), здобувач отримує незадовільну оцінку (0 балів) без права перездачі даного виду роботи.

## **6. ПОРЯДОК ПІДСУМКОВОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА**

### **6.1. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти під час підсумкового контролю у формі екзамену / дистанційного екзамену**

**Форма підсумкового контролю – екзамен** (очна (денна) та заочна форми навчання)

**Загальна підсумкова оцінка** вивчення навчальної дисципліни з підсумковим контролем у формі екзамену **складається із суми результатів:**

– поточного контролю роботи на семінарських, контактних заняттях, контрольних (модульних) робіт та індивідуальних (командних) завдань самоїйнаї роботи (до 50 балів);

– підсумкового контролю (екзаменаційна робота) (до 50 балів).

**Здобувача допускають до підсумкового контролю у формі екзамену, якщо він за результатами поточного контролю з навчальної дисципліни**

протягом семестру:

- набрав не менше 21 бала – для здобувачів усіх форм навчання;
- не пропустив більш як 50% практичних (семінарських) занять – для здобувачів очної (денної) форми навчання.

Якщо здобувач був відсутній на екзамені без причини, підтвердженої довідкою встановленого зразка про тимчасову непрацездатність, то він втрачає право на одне складання екзамену, за ним залишається можливість двох перескладань.

Під час підготовки до відповіді за екзаменаційним білетом (тестом) здобувач може користуватися лише дозволеним переліком матеріалів. Використання інших матеріалів та інформаційних засобів (сторонні друковані матеріали, Інтернет, мобільний телефон, планшет, смарт-годинник, додаткові вкладки браузера на комп'ютері (у разі комп'ютерного тестування) тощо) вважається порушенням Етичного кодексу й дає підстави екзаменатору відсторонити цього здобувача від виконання завдань екзаменаційного білета (теста) та оцінити результати екзамену в нуль балів.

Заборонено перемовлятися, вставати, переміщатися по аудиторії та виходити з неї під час виконання завдань екзаменаційного білета чи комп'ютерного тестування.

Якщо під час складання екзамену виникають питання технічного або іншого характеру (уточнення умови завдання екзаменаційного білета / тестового питання, повідомлення про погане самопочуття тощо), здобувач має право звернутися до екзаменатора.

Здобувач, який за сумарним результатом поточного і підсумкового контролю у формі екзамену набрав **від 21 до 59 балів (включно)**, після додаткової самостійної підготовки має право перескласти екзамен.

**Перескладання екзамену** з навчальної дисципліни дозволяється **не більше двох разів**: перший раз – науково-педагогічному працівнику, який проводив екзамен; другий – комісії з двох науково-педагогічних працівників кафедри. В обох випадках загального підсумкового оцінювання результатів навчання цього здобувача враховують результат їх поточного контролю. Термін ліквідації академічної заборгованості для таких осіб встановлюється згідно з графіком навчального процесу.

Здобувач, який за **результатами другого перескладання екзамену (комісії)** з навчальної дисципліни набрав **від 21 до 59 балів (включно)**, вважається таким, що має академічну заборгованість. Він має право за власною заявою опанувати цю навчальну дисципліну в наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом відповідної освітньої програми на засадах **факультативного вивчення** за індивідуальним графіком згідно з «Положенням про надання додаткових освітніх послуг понад обсяги, встановлені навчальними планами і освітніми програмами».

Здобувач, який не написав заяву на факультативне вивчення навчальної дисципліни, а отже не ліквідував наявну академічну заборгованість протягом двох навчальних семестрів, підлягає відрахуванню з Університету.

Перескладання екзамену з метою підвищення рейтингу з успішності та отримання більш високої оцінки під час екзаменаційної сесії не дозволено.

**Форма підсумкового контролю – дистанційний екзамен (дистанційна форма навчання):**

**Загальна підсумкова оцінка** вивчення навчальної дисципліни з підсумковим контролем у формі дистанційного екзамену **складається із суми результатів поточного та підсумкового контролю** (екзаменаційна робота), яку фіксують в екзаменаційній відомості навчальної дисципліни. Дистанційний екзамен проводять як окремий контрольний захід на базі платформи Moodle в асинхронному режимі у формі комп'ютерного тестування.

**Здобувача допускають до підсумкового контролю у формі дистанційного екзамену**, якщо він за результатами поточного контролю протягом семестру набрав не менше 21 балу.

Під час складання дистанційного екзамену здобувач може користуватися лише дозволеним переліком матеріалів. Використання інших матеріалів та інформаційних засобів (сторонні друковані матеріали, Інтернет, мобільний телефон, планшет, смарт-годинник, додаткові вкладки браузера на комп'ютері тощо) вважається порушенням Етичного кодексу й дає підстави екзаменатору відсторонити цього здобувача від виконання завдань екзаменаційного білета (теста) та оцінити результати екзамену в нуль балів.

Здобувач, який за сумарним результатом поточного і підсумкового контролю у формі дистанційного екзамену набрав **від 21 до 59 балів (включно)**, після додаткової підготовки має право повторно скласти дистанційний екзамен.

Якщо здобувач був відсутній на дистанційному екзамені без причини, підтвердженої довідкою встановленого зразка про тимчасову непрацездатність, то він втрачає право на одне складання дистанційного екзамену, за ним залишається можливість двох перескладань.

**Перескладання дистанційного екзамену** з навчальної дисципліни дозволяється **не більше двох разів**. В обох випадках загального підсумкового оцінювання результатів навчання цього здобувача враховують результат його поточного контролю.

Здобувач, який **за результатами другого перескладання дистанційного екзамену (комісії)** з навчальної дисципліни набрав **від 21 до 59 балів (включно)**, вважається таким, що має академічну заборгованість. Він має право за власною заявою опанувати цю навчальну дисципліну в наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом відповідної освітньої програми **на засадах факультативного вивчення** за індивідуальним графіком згідно з «Положенням про надання додаткових освітніх послуг понад обсяги, встановлені навчальними планами і освітніми програмами».

Здобувач, який не написав заяву на факультативне вивчення навчальної дисципліни, а отже не ліквідував наявну академічну заборгованість протягом двох навчальних семестрів, підлягає відрядуванню з Університету.

Перескладання дистанційного екзамену з метою підвищення рейтингу з успішності та отримання більш високої оцінки під час екзаменаційної сесії не дозволено.

**Апеляція результатів підсумкового контролю у формі екзамену / дистанційного екзамену.** Відповідно до «Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену в Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» здобувач, який не погоджується з результатами підсумкового контролю у формі екзамену / дистанційного екзамену, має право не пізніше наступного робочого дня після оприлюднення (оголошення та внесення до Електронного журналу) результатів екзамену звернутися з письмовою апеляцією до декана факультету.

**Дострокове складання екзамену / дистанційного екзамену.** Як виняток, здобувачеві надають можливість дострокового складання заліку, екзамену, дистанційного екзамену в разі:

- невідкладного лікування на період проведення сесії;
- вагітності та пологів;
- офіційного запрошення на навчання за профілем спеціальності;
- наявності інших важливих підстав, що не порушують законодавство, нормативні документи Університету та мають документальне підтвердження.

Дозвіл на дострокове складання екзамену (дистанційного екзамену) надає декан факультету за умови, що на момент подання заяви здобувач отримав не менше 50 % від максимально можливої кількості балів за результатами поточного контролю з навчальної дисципліни.

**Шкали оцінювання результатів підсумкового контролю у формі екзамену / дистанційного екзамену** наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Шкали оцінювання результатів підсумкового контролю

100-бальна шкала	Оцінка при підсумковому контролі	Шкала ECTS
90 – 100	відмінно	A
80 – 89	добре	B
70 – 79		C
66 – 69	задовільно	D
60 – 65		E
21 – 59	незадовільно з можливістю перескладання	FX
0 – 20	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни	F

Окремо може враховуватися участь здобувача у науково-дослідній діяльності чи роботі кафедри (факультету чи університету), а також його участь у виконанні відповідних дослідницьких проектів. Максимальна

кількість балів за даний вид активності здобувача становитиме 10 балів (див. карту самостійної роботи здобувача).

Результати поточного контролю знань здобувачів вносяться до відомості обліку поточної і підсумкової успішності і враховуються при виставленні підсумкового балу за опанування дисципліни.

## 6.2. Структура та зразок екзаменаційного білета / екзаменаційного тесту

**Екзамен** з навчальної дисципліни «Управління продажами» в офлайн-форматі (в аудиторії) проводиться у письмовій формі за екзаменаційними білетами, складеними за робочою програмою навчальної дисципліни і затвердженими кафедрою. Екзаменаційний білет складається з 3-х завдань. На іспит виносяться вузлові теоретичні питання курсу, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати набуті у циклі професійної підготовки знання для вирішення практичних завдань та практичний кейс.

Приклад структури екзаменаційного білету та розподілу максимальної кількості балів за кожне завдання:

1. Теоретичне питання (10 балів)
2. Теоретичне питання (10 балів)
3. Практичний кейс (30 балів)

*Зразок екзаменаційного білета:*

1. Основні етапи побудови системи продажів підприємства.
2. Сутність стратегії перемовин та її основні елементи.
3. Підприємство «Western Sweets» виробляє та займається дистрибуцією кондитерських виробів та цукерок. Виробничі потужності компанії знаходяться у м. Львові. Конкуренція дуже висока на даному ринку. Слід відмітити, що логістичні витрати дуже високі і складають приблизно 30% від реалізації, в той час як середня маржа компанії становить 45%. Клієнти компанії – супермаркети та продуктові магазини і базари. Підприємство має 3 структурних територіальних підрозділів з продажів. Їх кількісні і якісні показники наведені в таблиці.

<i>Показники</i>	<i>Філія Захід</i>	<i>Філія Схід</i>	<i>Філія Київ</i>
Квартальний план продажів 2021	\$300 000	\$150 000	\$300 000
Фактичний квартальний об'єм продажів 2021	\$280 000	\$200 000	\$260 000
Маржинальний прибуток, 2021	\$111 000	\$100 000	\$105 000
Маржинальний прибуток, 2020	\$110 000	\$40 000	\$150 000
Квартальні продажі 2020	\$250 000	\$130 000	\$280 000
Кількість активних клієнтів, 2021	250	120	80
Кількість активних клієнтів, 2020	290	80	120
Кількість потенційних клієнтів на території	900	240	1 000
Продажі фокусних брендів, 2021	\$50 000	\$50 000	\$10 000
Кількість нових клієнтів, 2021	5	40	20
Кількість клієнтів, які перестали купувати, 2021	45	10	60
Продажі існуючим клієнтам, 2021	\$220 000	\$170 000	\$180 000
Продажі новим клієнтам, 2021	\$60 000	\$30 000	\$80 000
Повторні продажі протягом місяця	60%	80%	30%

Дебіторська заборгованість на кінець періоду	\$190 000	\$70 000	\$50 000
Прострочена дебіторська заборгованість на кінець періоду	\$100 000	\$10 000	\$45 000
Кількість менеджерів з продажів	5	2	3
Квартальні орендні витрати філії	\$25 000	\$15 000	\$40 000
Прибуток, 2021	\$16 000	\$10 000	\$20 000
Прибуток, 2020	\$14 000	-\$5 000	\$25 000

Визначте, на що саме звернути увагу підрозділам з продажу, які здійснити дії щодо покращення результатів продажів. Визначте найбільш ефективний і найбільш слабкий підрозділ. Використайте максимальну кількість метрик та показників ефективності продажів.

Для проведення дистанційного екзамену в онлайн-форматі використовується екзаменаційний онлайн-тест у системі Moodle (на 50 балів), який може містити 25 або 50 тестових завдань.

### 6.3. Критерії оцінювання екзаменаційної роботи / екзаменаційного тесту

За результатами складання екзамену (з використанням екзаменаційного білету) або дистанційного екзамену (з використанням онлайн-тесту в Moodle) здобувач може отримати від 0 до 50 балів (включно).

При перевірці екзаменаційної роботи оцінюванню підлягають:

- володіння категоріальним апаратом, фаховою термінологією та теоретичними знаннями;
- вміння демонструвати практичні навички при розв'язуванні задач, вирішенні ситуацій;
- вміння продемонструвати креативність та системність знань, володіння сучасними методами, методиками при вирішенні практичних питань.

Кожне з 2-х перших завдань екзаменаційного білету оцінюється в діапазоні від 0 до 10 балів за шкалою 0; 2; 4; 6; 8; 10 балів. А 3-є завдання оцінюється в діапазоні від 0 до 30 балів за шкалою 0; 6; 12; 18; 24; 30 балів. Рамкові критерії оцінювання завдання екзаменаційного білета наведено в табл. 2 та табл.3.

Таблиця 2 – Рамкові критерії оцінювання завдання екзаменаційного білета за 10-бальною шкалою для перших 2-х питань екзаменаційного білету.

Кількість балів за 10-бальною шкалою	Рівень повноти й коректності відповіді
10	відмінний
8	добрий
6	задовільний
4	недостатній
2	мінімальний
0	незадовільний

Таблиця 3 – Рамкові критерії оцінювання завдання екзаменаційного білета за 30-бальною шкалою для 3-го питання екзаменаційного білету.

Кількість балів за 10-бальною шкалою	Рівень повноти й коректності відповіді
30	відмінний
24	добрий

18	задовільний
12	недостатній
6	мінімальний
0	незадовільний

*Докладніше критерії оцінювання описані нижче:*

- Оцінка «10 балів» для перших 2-х питань та «30 балів» для третього питання ставиться за умови, якщо здобувач дав правильну і вичерпну відповідь на поставлене запитання, в якій показав всебічне, системне і глибоке знання програмного матеріалу, основної і додаткової спеціальної літератури, нормативно-правових актів; чітке володіння понятійним апаратом, методами, методиками та інструментами, передбаченими програмою дисципліни, та вміння використовувати їх; продемонстрував творчі здібності в розумінні, викладенні і використанні програмного матеріалу, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, понять, залежностей, явищ тощо; доповнив свою відповідь прикладами з господарської практики та статистичними даними.
- Оцінка «8 балів» для перших 2-х питань та «24 балів» для третього питання ставиться за умови, якщо здобувач правильно, але не вичерпно відповів на поставлене запитання, аргументував свою відповідь не достатньо переконливо, продемонстрував вміння використовувати понятійний апарат і нормативно-правові акти, показав знання літературних джерел, підкріпив відповідь практичними прикладами;
- Оцінка «6 балів» для перших 2-х питань та «18 балів» для третього питання ставиться за умови, якщо здобувачу цілому відповів на поставлене запитання, при цьому продемонстрував середній рівень знань з основного програмного матеріалу; засвоєння інформації, в основному, з лекційного курсу; середній рівень знань літературних джерел, господарської практики, статистичної інформації, володіння основними методами, методиками та інструментами, передбаченими програмою, вміння використовувати їх, допускаючи окремі незначні помилки.
- Оцінка «4 бали» для перших 2-х питань та «12 балів» для третього питання ставиться за умови, якщо здобувач дав правильну, але неповну відповідь на поставлене запитання, при цьому продемонстрував прогалини у знаннях з основного програмного матеріалу; невисокий рівень знань літературних джерел, господарської практики, статистичної інформації, володіння основними методами, методиками та інструментами, передбаченими програмою, вміння використовувати їх, допускаючи окремі помилки; помилився у використанні понятійного апарату і нормативно-правових актів.
- Оцінка «2 бали» для перших 2-х питань та «6 балів» для третього питання ставиться за умови, якщо здобувач дав лише частково правильну, неповну відповідь у дуже загальних виразах та/або показав незадовільні знання понятійного апарату, нормативно-правових актів, спеціальної літератури, господарської практики та статистичної інформації.

- Оцінка «0 балів» ставиться за умови, якщо здобувач дав неправильну відповідь на поставлене запитання або нічого не відповів на поставлене запитання. У разі використання заборонених джерел та підказок здобувач видаляється з аудиторії та одержує за екзамен оцінку «0 балів».

Максимальна кількість балів за кожну правильну відповідь в **екзаменаційному онлайн-тесті** в Moodle залежить від загальної кількості тестових запитань (в тесті на 25 запитань кожна правильна відповідь оцінюється в 2 бали; в тесті на 50 запитань кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал).

Всі бали, набрані на екзамені / дистанційному екзамені, враховуються в загальній підсумковій оцінці. Загальна підсумкова оцінка з дисципліни складається з суми балів за поточну успішність та за виконання екзаменаційних завдань. Результати поточного контролю, екзамену / дистанційного екзамену, а також загальна підсумкова оцінка заносяться до заліково-екзаменаційної відомості за 100-бальною системою.

## **7. ПЕРЕЗАРАХУВАННЯ ТА ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА**

Перезарахування та визнання результатів навчання з навчальної дисципліни «Управління продажем» або її окремого компонента можливе за умов участі здобувача в програмі академічної мобільності (навчання в інших університетах України або світу) відповідно до «*Положення про включене навчання і навчання за програмами Європейського Союзу студентів ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» у закордонних вищих навчальних закладах, «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», «Положення про порядок оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».*

Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання в неформальній та інформальній освіті (курси навчання в центрах освіти, курси інтенсивного навчання, семінари, конференції, олімпіади, конкурси наукових робіт, літні чи зимові школи, бізнес-школи, тренінги, майстер-класи, наукові публікації, науково-дослідна робота, робота у студентських наукових гуртках, індивідуальні завдання, що поглиблюють навчальний матеріал навчальної дисципліни, тощо) в обсязі, що загалом не перевищує 10% від загального обсягу кредитів, передбачених освітньою програмою: у межах навчального року на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти – не більше 6 кредитів.

Участь у програмах здобуття неформальної та інформальної освіти регламентує «*Положення про визнання результатів навчання в Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», отриманих здобувачами у неформальній та інформальній освіті».*

## 8. АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації в разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

**Порушенням академічної доброчесності** учасниками освітнього процесу є:

- академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства;
- самоплагіат – оприлюднення (частково або повністю) власних, раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів;
- фабрикація – вигадкування даних чи фактів, що використовують в освітньому процесі або наукових дослідженнях;
- фальсифікація – свідомо зміна чи модифікація вже наявних даних, що стосуються освітнього процесу чи наукових досліджень;
- списування – виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання, зокрема під час оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти;
- обман – надання завідомо неправдивої інформації щодо власної освітньої (наукової, творчої) діяльності чи організації освітнього процесу;
- неправомірна вигода – грошові кошти або інше майно, переваги, пільги, послуги матеріального або нематеріального характеру, що їх обіцяють, пропонують, надають або одержують безоплатно чи за ціною, нижчою за мінімальну ринкову, без законних на те підстав, що призводить на необ'єктивності оцінювання;
- хабарництво – надання (отримання) учасником освітнього процесу чи пропозиція щодо надання (отримання) коштів, майна, послуг, пільг чи будь-яких інших благ матеріального або нематеріального характеру з метою отримання неправомірної переваги в освітньому процесі, яке призводить на необ'єктивності оцінювання;
- необ'єктивне оцінювання – свідоме завищення або заниження оцінки результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Дотримання принципів академічної доброчесності здобувачами вищої освіти регулюється «Положенням про академічну доброчесність в Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», яке затверджене Вченою радою Університету (протокол № 1) від 31.08.2020 р. і введене в дію наказом від 01.09.2020 р. № 345.

## **9. РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА**

### **9.1. Основна література:**

1. Гребенюк М. Відділ продажів по захопленню ринку / Гребенюк М.; Вид-цтво «Форс». — К. : Форс, 2018. - 208 с.
2. Кеннеді Д. Жорсткі продажі. Примусьте людей купувати за будь-яких обставин/ Д.Кеннеді: Пер. з англ.- К.: Видавництво «Наш Формат», 2019. – 452 с.
3. Конрат Д. Гибкие продажи. Как продавать в эпоху перемен/ Конрат Д.: Пер. з англ.- М.: Издательський дом «Манн, Иванов и Фербер», 2015. – 256 с.
4. Управління продажем: навч. посіб. / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. економічний ун-т імені Вадима Гетьмана". — К. : КНЕУ, 2011. - 627 с.

### **9.2. Додаткова література:**

1. Кемп.Д. Нет. Лучшая стратегия ведения переговоров/ Кемп.Д.: Пер. з англ. – М.: Издательство «Добрая книга», 2020. -312 с.
2. Маккей Х. Як плавати серед акул / Маккей Х: Пер. з англ.- М.: Издательський дом «Манн, Иванов и Фербер», 2019. – 326 с.
3. Рекхем Н. Техніка продажу SPIN/ Рекхем Н: Пер. з англ.- К.: Наш Формат, 2018. – 382 с.
4. Фишер. Р. Переговоры без поражений. Гарвардский метод/ Фишер. Р: Пер. з англ.- М.: Издательський дом «Манн, Иванов и Фербер», 2014. – 272 с.