

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Донецький національний університет економіки і торгівлі**  
**імені Михайла Туган-Барановського**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

На засіданні кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування

Протокол № 22 від “26 червня” 2018 р  
Зав. кафедри

 Н.С. Приймак

**РОБОЧА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ЗБУТОВА ДІЛЬНІСТЬ»**

Ступінь: бакалавр

**Кількість кредитів ECTS 4**

Розробник: Булгакова О.В.  
доц. кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування, к.е.н.

## 1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	<b>Вибіркова для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»</b>
Семестр (осінній / весняний)	<b>осінній</b>
Кількість кредитів	<b>4</b>
Загальна кількість годин	<b>120</b>
Кількість модулів	<b>1</b>
Лекції, годин	<b>30</b>
Практичні / семінарські, годин	<b>15</b>
Лабораторні, годин	<b>-</b>
Самостійна робота, годин	<b>75</b>
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<b>3,0</b>
самостійної роботи студента	<b>5,0</b>
Вид контролю	<b>залік</b>

## 2. Програма дисципліни

**Ціль** – формування системи знань з теоретичних питань у сфері управління збутовою діяльністю підприємства з урахуванням факторів мінливого маркетингового середовища, аналізу управління збутовою діяльністю підприємства.

**Завдання:** ознайомлення з теоретичними основами збутової діяльності; вивчення процесу управління збутовою діяльністю підприємства; організація збутової діяльності підприємства; мотивація в системі управління збутовою діяльністю підприємства; маркетинговий контроль збутової діяльності підприємства; аналіз та оцінка ефективності збутової діяльності.

**Предмет:** механізм формування збутової діяльності в системі маркетингу підприємства, яке функціонує в умовах маркетингового середовища.

**Зміст дисципліни розкривається в темах:**

Тема 1. Збутова діяльність в системі маркетингу підприємства

Тема 2. Збутовий потенціал як основа збутової діяльності

Тема 3. Планування в системі збуту підприємства

Тема 4. Організація збутової діяльності

Тема 5. Маркетинговий контроль збутової діяльності

Тема 6. Мотивація в структурі збутової діяльності

Тема 7. STP-маркетинг в управлінні збутовою діяльністю підприємства

Тема 8. Діагностика збутової діяльності

Тема 9. Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства

### 3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи збутової діяльності підприємства</b>					
Тема 1. Збутова діяльність в системі маркетингу підприємства	11	2		-	9
Тема 2. Ринок збуту: сутність, межі класифікація	15	4	2	-	9
Тема 3. Планування в системі збуту підприємства	15	4	2	-	9
Тема 4. Організація збутової діяльності	15	4	2		9
Тема 5. Стимулювання збуту	13	2	2		9
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>69</b>	<b>16</b>	<b>8</b>		<b>45</b>
<b>Змістовий модуль 2. Аналіз збутової діяльності підприємства та її ефективність</b>					
Тема 6. Мотивація в структурі збутової діяльності	13	4	2	-	7
Тема 7. STP-маркетинг в управлінні збутовою діяльністю підприємства	14	4	2	-	8
Тема 8. Ефективність товарного руху	14	4	2	-	8
Тема 9. Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства	10	2	1	-	7
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>51</b>	<b>14</b>	<b>7</b>		<b>30</b>
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>-</b>	<b>75</b>

#### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Ринок збуту: сутність, межі класифікація	2
2	Семінар запитань і відповідь Планування в системі збуту підприємства	2
3	Семінар – дискусія Організація збутової діяльності	2
4	Семінар з виконанням практичних задач Маркетинговий контроль збутової діяльності	2
5	Семінар з виконанням практичних завдань Мотивація в структурі збутової діяльності	2
6	Семінар з виконанням практичних задач STP-маркетинг в управлінні збутовою діяльністю підприємства	2
7	Семінар з виконанням практичних задач Ефективність товарного руху	2
8	Семінар з виконанням розрахункових задач Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства	1
<b>Всього</b>		<b>15</b>

#### 5. Індивідуальні завдання

1. Огляд періодичної і монографічної наукової літератури.
2. Підготовка рефератів, доповідей за обраною темою.
3. Добір статистичної інформації за результатами торгів акціями та складання на її підставі таблиць та графіків.
4. Підготовка тез доповідей з метою виступу на університетських, всеукраїнських та міжнародних семінарах та конференціях.

## 6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема семінарських занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи збутової діяльності підприємства</b>			
Семінар запитань та відповідей Збутова діяльність в системі маркетингу підприємства	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: процес збуту. сутність, значення та функції збутової діяльності. Характеристика основних елементів збутової діяльності. стратегічні та тактичні завдання збутової діяльності. суб'єкти процесу збутової діяльності підприємств. показники, що характеризують систему збуту. Джерела [1, 2, 3, 5, 6, 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, заслуховування та обговорювання доповідей
Семінар – розгорнута бесіда Тема 2. Ринок збуту: сутність, межі класифікація	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність та характеристика складових збутового потенціалу; система забезпечення управління збутовою діяльністю. 2. Самотестування. 3. Підготовка до понятійного диктанту.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, понятійний диктант
Семінар запитань і відповідь Тема 3. Планування в системі збуту підприємства	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: процес планування збутової діяльності; маркетингові стратегії управління збутом; методи прогнозування збуту. Джерело [1, 2, 4, 5, 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка наукового повідомлення.	Тестування, проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар – дискусія Тема 4. Організація збутової діяльності	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: організаційна система збуту на підприємстві; документальне супроводження збутової діяльності; етапи процесу організації збутової діяльності підприємства. Джерела [1, 2, 3, 5, 6, 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка наукового повідомлення.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, заслуховування та обговорювання доповідей
Семінар з виконанням практичних задач Тема 5. Маркетинговий контроль збутової діяльності	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність, завдання та види маркетингового контролю збуту; аудит системи управління збутовою діяльністю. Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самопереївка шляхом вирішення практичних ситуацій	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
<b>Разом змістовий модуль 1</b>	<b>45</b>		
<b>Змістовий модуль 2. Аналіз збутової діяльності підприємства та її ефективність</b>			
Семінар з виконанням практичних завдань Тема 6. Мотивація в структурі збутової діяльності	7	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: мотивація збутового персоналу та її вплив на збутову діяльність підприємства; стимулювання збуту, його ефективність, заходи та спрямованість. Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самопереївка шляхом вирішення практичних ситуацій	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар з виконанням практичних задач	8	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сегментування ринку та вибір цільового сегменту відповідно до цілей збутової	Тестування, фронтальне та індивідуальне

Тема 7. STP-маркетинг в управлінні збутовою діяльністю підприємства		діяльності; позиціонування підприємства на ринку як результат збутової діяльності. Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка знань шляхом визначення позиції на певному ринку підприємства відповідно до його збутової діяльності.	опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар з виконанням практичних задач Тема 8. Ефективність товарного руху	8	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність і принципи товарного руху в системі збуту; правила організації товарного руху на підприємстві та на ринку; оптимізація товарного руху; напрями зниження витрат на транспортування, складування та розвантаження товарів Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка знань шляхом проведення діагностики збутової діяльності обраного підприємства	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар з виконанням розрахункових задач Тема 9. Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства	7	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність та критерії оцінки ефективності збутової діяльності підприємств; фактори, що впливають на ефективність збутової діяльності; методи оцінки ефективності збуту; оцінка ефективності діяльності служби збуту підприємства; оцінка ефективності роботи з клієнтами; показник ступеню задоволення замовлень; оцінка можливості та доцільності створення власної збутової мережі. Джерело [1, 2, 11]. 2. Самотестування. 3. Добір статистичної інформації щодо ефективності збутової діяльності компаній Microsoft, Intel, IBM, Coca-Cola, Facebook, Tesco, BMW, Adidas, Continental, Henkel та інші	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань, перевірка зібраної інформації
<b>Разом змістовий модуль 2</b>	<b>30</b>		
Разом	<b>75</b>		

## 7. Матриця зв'язку між дисципліною/ змістовим модулем, результатами навчання та компетентностями

Результати навчання	Компетентності										
	Загальні					Предметно-спеціальні					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
1. Знання теоретичних основ збутової діяльності в системі маркетингу підприємства, теоретичних засад, інструментарію і методологію дослідження процесів збуту товарів та продукції в системі дистрибуції на ринку збуту							+		+		
2. Знання ключових інструментів моделювання систем і процесів збутової діяльності, аналізу процесів товароруку в системі збуту, рівнів, форм та методів збутової діяльності								+			
3. Знання ключових положень впровадження нормативно-правових та нормативно-технологічних документів у сфері збуту; основних моделей збутової діяльності, які дозволяють прогнозувати та планувати цілі збутової діяльності в межах певного ринку							+	+	+		
4. Знання основних математичних методів аналізу, аналітичних інструментів, які дозволяють планувати та прогнозувати збутову діяльність на різних рівнях підприємства та ринку								+		+	
5. Розуміння способів відображення даних у вигляді основних документів та в електронній базі даних підприємства, статистичних інституцій, біржових баз							+		+	+	
6. Розуміння методів організації збутової діяльності в межах підприємства з урахуванням ринкової позиції та особливостей системи управління			+					+	+		
7. Уміння побудувати та проаналізувати систему збутової діяльності підприємства на певному ринку з урахуванням діяльності торговельних посередників та партнерів.								+			
8. Уміння оцінити напрямок динаміки розвитку збутової діяльності через аналіз показників товарообороту та товароруку							+		+	+	

9. Уміння розраховувати межі ринку збуту підприємства з урахуванням конкурентоспроможності та збутового потенціалу підприємства			+					+	+		
10. Уміння будувати та розраховувати моделі оптимізації збутової діяльності з урахуванням напрямів зниження витрату на збутові операції			+	+			+		+	+	
11. Уміння використовувати аналіз для встановлення оптимальних обсягів товарообороту та напрямів товароруку з урахуванням особливостей інфраструктури ринку збуту							+	+	+		
12. Уміння використовувати середні значення товарообороту, обертає мості товарів, товарних запасів та операційних витрат						+	+			+	
13. Здатність аналізувати динаміку ринків на основі вивчення графічних та математичних закономірностей у русі товарообороту за минулий період часу, дослідити динаміку ринку за допомогою графіків з метою прогнозування майбутнього напрямку збутової діяльності			+						+	+	+
14. Здатність розпізнавати сигнали, що подаються даними з оптових бірж		+	+				+	+		+	

## 8. Методи викладання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

## 9. Методи оцінювання

Залік.

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення заліку : впродовж семестру (100 балів).



## Оцінювання студентів протягом семестру

№ теми практичного заняття	Вид роботи/бали					
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	Індиві- дуальне завдання	ПМК	Сума балів
<b>Змістовий модуль 1</b>						
Тема 1	2		2			4
Тема 2	2		2			4
Тема 3	2	3	2	3		10
Тема 4	2	3	2	3		10
Тема 5	2	3	2		15	22
Разом змістовий модуль 1	10	9	10	6	15	<b>50</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>						
Тема 1	2	3	2			4
Тема 2	2	3	2	4		4
Тема 3	2	3	2	3		7
Тема 4	2	3	2		15	4
Разом змістовий модуль 2	8	12	8	7	15	<b>50</b>
Разом						<b>100</b>

### Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

<b>Оцінка</b>		
<b>100-бальна шкала</b>	<b>Шкала ECTS</b>	<b>Національна шкала</b>
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

## 11. Методичне забезпечення

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні вказівки з вивчення дисципліни.
3. Індивідуальні завдання.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

## 12. Рекомендована література

### Основна

1. Д. И. Баркан Управление сбытом : учеб. пособ. / Д. И. Баркан. - СПб., 2004. - 341 с.
2. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. — 229 с.
3. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта / К. Браун. - М., 2003. - 382 с.
4. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта / В.Н. Наумов. – СПб.: СПбГУЭФ, 1999. - 51 с.
5. Маркетинговые каналы / [Штерн Льюис В., Эль-Ансари Адель И., Кофлан Энн Т.]; 5-е изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2012. – 624 с.
6. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией : учеб. пособ. / П. Винкельманн ; пер. с нем. — М. : Изд. дом Гребенникова, 2006. — 668 с..

### Допоміжна

7. Акимова Е.Е. Лучший учебник по продажам. –М: Речь, 2008, - 253 с.
8. Гнилянська Л. Й. Організація збутової діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Л. Й. Гнилянська, В. Я. Топоровський // Національний університет «Львівська політехніка». — 2014. — Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua>.
9. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій : підручник / П.І. Белінський. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 624 с.
10. Вертоградов В. Управление продажами. 2-е изд. –СПб: Питер, 2004 – 256 с
11. Давыдова Л. Экономика и управление предприятием : учеб. пособ. / Л. Давыдова, Фальцман. - М., 2003. - 398 с.
12. Лукич Радмило. Управление отделом продаж. –М: Хорошая Книга, 2007
13. Герасимчук В.Г. Маркетинг. Графічне моделювання: Навч. посібник / За ред.. А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – 300с.
14. Ребрик С.Б. Тренинг профессиональных продаж. –М: ЭКСМО, 2007, 232 с.

15. Кузьмін О. Є. Управління ризиками в інноваційній діяльності : навч.-метод. посіб. / О. Є. Кузьмін, Н. Ю. Подольчак, Н. І. Подольчак. — Львів : НУ «Львівська політехніка», 2009. — 176 с.
16. Миллер Р., Хейман С. Успешный менеджмент крупных сделок. — М: Лори, 2008, 278 с.
17. Мыльник В. В. Исследование систем управления / В. В. Мыльник, Б. П. Титаренко, В. А. Волочиенко. — [2-е изд., перераб и доп.]. — М. : Академический Проект, 2003. — 352 с.
18. Розанн Л. Спиро, Уильям Дж. Стэнтон, Грегори А. Рич Управление продажами. —М: Издательский дом Гребенникова, 2007, -704 с.
19. Экономика фирмы: [учебник для ВУЗов] / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А Швандора. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 461 с

### **Інформаційні ресурси**

18. Офіційний сайт міжнародного агентства новин і фінансової інформації Reuters [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.reuters.com/](http://www.reuters.com/)
19. Офіційний сайт міжнародного агентства фінансової інформації Dow Jones [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.dowjones.com/](http://www.dowjones.com/)
20. Офіційний сайт міжнародного агентства фінансової інформації Bloomberg [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bloomberg.com/>
21. Офіційний сайт інформаційної системи Tenfore [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.tenfore.net](http://www.tenfore.net)
22. Офіційний сайт товарної біржі «Універсальна товарно-сировинна біржа» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.utsb.kiev.ua/ukr/](http://www.utsb.kiev.ua/ukr/)