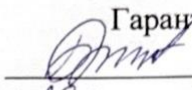


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра підприємництва та бізнес-технологій

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми
 Наталія БЛЕНДА
“ 29 ” 08 2025 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Бізнес-технології ефективних продаж»**

Освітній рівень: перший (бакалаврський)
Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність: D7 «Торгівля»
Освітня програма: «Торговельний бізнес»
Факультет: економіки і підприємництва

Умань – 2025р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D7 «Торгівля» освітньої програми «Торговельний бізнес». – Умань: Уманський НУ, 2025. 27 с.

Розробник: к.е.н., доцент Непочатенко О.А.



Робоча програма затверджена на засіданні кафедри підприємництва та бізнес-технологій

Протокол № 1 від “29” серпня 2025 року

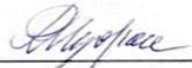
Завідувач кафедри підприємництва та бізнес-технологій

 (Соколюк С.Ю.)
(підпис)

«29» 08 2025 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки і підприємництва

Протокол № 1 від “29” серпня 2025 року

Голова  (Мудрак Р.П.)
(підпис)

«29» 08 2025 року

1.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право»	Обов’язкова	
Модулів – 1	Спеціальність: D7 «Торгівля»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 3		4-й	4-й
Загальна кількість годин - 150		Семестр	
		7-й	7-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента - 4	Освітній рівень: перший (бакалаврський) Освітня програма «Торговельний бізнес»	Лекції	
		30 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		30 год.	4 год.
		Самостійна робота	
		90 год.	138 год.
		Індивідуальні завдання:	
		-	
Вид контролю: екзамен			

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета - формування у студентів сучасного професійного мислення та системи спеціальних знань щодо технологій організації та здійснення ефективного продажу, розуміння поведінки споживачів, інструментів просування товарів і послуг, а також принципів побудови результативної взаємодії з клієнтами в умовах конкурентного ринкового середовища.

Основним завданням є вивчення теоретичних основ та сучасних концепцій продажів опанування технологій підготовки організації та проведення процесу продажу засвоєння моделей і технологій роботи з клієнтами технік комунікації та аргументації формування навичок використання інструментів товаропросування CRM систем інтернет технологій у продажах оволодіння практичними методами побудови ефективної взаємодії з клієнтами партнерами та командою розуміння механізмів управління продажами планування мотивації та оцінювання результативності розвиток здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері продажів та відповідати за їх реалізацію формування навичок самостійного підвищення професійної компетентності та впровадження сучасних бізнес технологій у практику продажів

Вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» передбачає формування та розвиток у здобувачів компетентностей і програмних результатів навчання відповідно до освітньо-професійної програми «Торговельний бізнес» спеціальності D7 «Торгівля» (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця компетентностей і програмних результатів навчання, що формуються під час вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж»

Шифр компетентності	Компетентності	Шифр програмних результатів навчання	Програмні результати навчання
ЗК2	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.	ПРН 2	Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій та торговельній діяльності.

ЗК6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	ПРН 5	Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва та торгівлі.
ЗК8	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.	ПРН 7	Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.
Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)			
СК 1	Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, та торговельної діяльності.	ПРН 1	Використовувати базові знання з підприємництва та торгівлі й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.
СК2	Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких і торговельних структур.	ПРН 12	Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких та торговельних структур.
СК3	Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.	ПРН 13	Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур.
СК4	Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур.	ПРН 14	Застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій та торговельній діяльності.
СК5	Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності.	ПРН 15	Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.
СК6	Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємництва та торгівлі.	ПРН 16	Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур і застосовувати його на практиці.
СК 7	Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.	ПРН 17	Вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

Методи навчання та засоби діагностики, що відповідають визначеним результатам навчання за навчальною дисципліною «Бізнес-технології ефективних продаж», наведено в табл. 2, 3.

Таблиця 2

Результати, методи навчання та методи контролю за навчальною дисципліною «Бізнес-технології ефективних продаж»

Результати навчання за навчальною дисципліною		Методи навчання	Методи контролю
1	Знання:		
1.1	Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень	лекція, практичне заняття, дискусія, робота з кейсами, вирішення ситуаційних задач, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, презентації, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
1.2	Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності		
2	Уміння/навички:		
2.1	Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	лекція, практичне заняття, дискусія, аналітична робота, вирішення ситуаційних задач, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, презентації, модульна робота, підсумковий контроль
3	Комунікація:		
3.1	Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності	практичні заняття, дискусія, аналітична робота, вирішення ситуацій	представлення презентацій, виконання аналітично-розрахункових робіт, виконання вирішених конкретних задач і ситуацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
3.2.	Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію		
4	Відповідальність і автономія		

4.1	Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах	практичне заняття, дискусія, аналітична робота, кейс-метод	представлення презентацій, виконання аналітично-розрахункових робіт, виконання вирішених конкретних задач і ситуацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
4.2	Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб		

Таблиця 3

Методи навчання та методи контролю програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж»

Програмний результат навчання		Метод навчання	Методи контролю
ПРН 1	Використовувати базові знання з підприємництва та торгівлі й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.	Інтерактивні заняття, моделювання сценаріїв, практичні заняття, дискусія, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 2	Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій та торговельній діяльності.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 5	Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва та торгівлі.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 7	Демонструвати підприємливість в різних	Лекція, практичне заняття,	усне опитування, експрес-контроль, тестування,

	напрямах професійної діяльності та брати відповідальність за результати.	індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 11	Мати концептуальні наукові та практичні знання у сфері підприємництва і торгівлі, необхідні для подальшого використання на практиці.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 12	Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких та торговельних структур.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 13	Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 14	Застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій та торговельній діяльності.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 15	Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації,	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання

	діяльності за допомогою сучасних методів.	самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 16	Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур і застосовувати його на практиці.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 17	Вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 20	Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких і торговельних структур з урахуванням ризиків.	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль
ПРН 21	Застосовувати набуті знання для запобігання корупції та будь-яким проявам недоброчесності в підприємницькій	Лекція, практичне заняття, індивідуальні консультації, самостійна робота з підготовкою рефератів і презентацій, самонавчання через Moodle	усне опитування, експрес-контроль, тестування, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, контрольна (модульна) робота, підсумковий контроль

3.ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розглядається сутність, мета та завдання організації продажу. Аналізується роль збутової діяльності в системі управління підприємством. Визначаються основні принципи та моделі організації процесу продажу в сучасних умовах.

ТЕМА 2. ПРОЦЕС І ТЕХНІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ

Вивчається послідовність етапів процесу продажу: підготовка, презентація товару, переговори, укладання угоди, післяпродажне обслуговування. Розкриваються техніки ефективного продажу, методи впливу на клієнтів і правила завершення угод.

ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПРОДАЖЕМ

Розглядаються принципи побудови збутової системи підприємства, функції відділу продажу, методи організації взаємодії між підрозділами. Аналізуються сучасні тенденції управління продажем, вплив цифровізації та автоматизації на ефективність збуту.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ, КАНАЛИ ЗБУТУ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ

ТЕМА 4. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОГНОЗИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Вивчаються інноваційні напрями розвитку торгівлі, цифрові технології у продажах, автоматизація торговельних процесів. Оцінюються перспективи впровадження штучного інтелекту, big data, CRM-систем і прогнозування попиту.

ТЕМА 5. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ВІДДІЛУ ПРОДАЖУ. ЦІЛІ, ЗАДАЧІ, ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ

Розкриваються основні завдання та функції відділу продажу, принципи організації його діяльності. Аналізуються шляхи підвищення результативності роботи — мотивація персоналу, KPI, навчання та удосконалення внутрішніх процесів.

ТЕМА 6. ТИПОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ І ОСНОВНІ КАНАЛИ ЗБУТУ. ОПТОВІ, РОЗДРІБНІ, ПРЯМІ, ЕЛЕКТРОННІ ПРОДАЖІ. ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ КАНАЛИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

Вивчаються види продажів і збутових каналів. Аналізуються особливості оптових, роздрібних, електронних і прямих продажів. Порівнюються традиційні та інноваційні канали реалізації товарів, принципи їх вибору та комбінування.

ТЕМА 7. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА, МОТИВАЦІЯ КУПІВЛІ, ЕТАПИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ КЛІЄНТОМ

Розглядаються психологічні чинники, що впливають на поведінку покупців. Аналізуються мотиви купівлі, стадії прийняття рішення клієнтом. Вивчаються принципи ефективної комунікації, створення довіри та формування лояльності споживачів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДАЖІВ, ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ТА
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

ТЕМА 8. ІНТЕРНЕТ-ПРОДАЖІ ТА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ. ОНЛАЙН-МАГАЗИНИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МАРКЕТПЛЕЙСИ, ОМНІКАНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ

Висвітлюються особливості організації онлайн-продажів, створення та управління інтернет-магазином. Аналізується роль соціальних мереж і маркетплейсів у збуті. Розглядаються омніканальні стратегії як сучасний підхід до інтеграції продажів.

ТЕМА 9. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДАЖІВ. ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ, МЕТОДИ АНАЛІЗУ, КРІ МЕНЕДЖЕРІВ ІЗ ПРОДАЖУ

Визначаються ключові показники ефективності продажів, методи аналізу результатів діяльності. Розглядаються системи оцінки персоналу, планування обсягів реалізації, виявлення резервів підвищення продуктивності.

ТЕМА 10. СЕРВІС І ПІСЛЯПРОДАЖНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ

Розкривається значення післяпродажного обслуговування у формуванні довгострокових відносин із клієнтами. Аналізуються види сервісу, способи підтримки клієнтів, програми лояльності та зворотного зв'язку.

ТЕМА 11. ТЕХНОЛОГІЇ АКТИВНИХ ПРОДАЖІВ (ACTIVE SALES). ХОЛОДНІ ДЗВІНКИ, ТЕХНІКА «DOOR-TO-DOOR», СКРИПТИ ПРОДАЖІВ, ТЕЛЕФОННІ ПЕРЕГОВОРИ

Вивчаються сучасні методи активних продажів. Розглядаються техніки встановлення контакту, ведення переговорів, робота із запереченнями. Аналізуються практичні інструменти – скрипти, холодні дзвінки, door-to-door продажі.

ТЕМА 12. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Досліджується рівень і напрями інноваційної діяльності торговельних підприємств України. Аналізуються показники інноваційності, бар'єри впровадження нових технологій і тенденції розвитку ринку продажів у цифрову епоху.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	інд	с.р.		л	п	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
МОДУЛЬ 1.										
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.										
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ										
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	12	2	2		8	12				12
ТЕМА 2. ПРОЦЕС І ТЕХНІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ	12	2	2		8	12	1			11
ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПРОДАЖЕМ	12	2	2		8	12	1	1		10
Всього за 1 змістовний модуль:	36	6	6		24	36	2	1		33
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.										
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ, КАНАЛИ ЗБУТУ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ										
ТЕМА 4. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОГНОЗИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТОРГІВЛІ	12	2	2		8	12				12
ТЕМА 5. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ВІДДІЛУ ПРОДАЖУ. ЦІЛІ, ЗАДАЧІ, ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ	12	2	2		8	12	1	1		10
ТЕМА 6. ТИПОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ І ОСНОВНІ КАНАЛИ ЗБУТУ. ОПТОВІ, РОЗДРІБНІ, ПРЯМІ, ЕЛЕКТРОННІ ПРОДАЖІ. ТРАДИЦІЙНІ ТА	12	2	2		8	12	1	1		10

ІННОВАЦІЙНІ КАНАЛИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ.										
ТЕМА 7. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА, МОТИВАЦІЯ КУПІВЛІ, ЕТАПИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ КЛІЄНТОМ.	12	2	2		8	12				12
Всього за 2 змістовний модуль:	48	8	8		32	48	2	2		44
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.										
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДАЖІВ, ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА										
ТЕМА 8. ІНТЕРНЕТ-ПРОДАЖІ ТА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ. ОНЛАЙН-МАГАЗИНИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МАРКЕТПЛЕЙСИ, ОМНІКАНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ	12	2	2		8	12	1			11
ТЕМА 9. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДАЖІВ. ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ, МЕТОДИ АНАЛІЗУ, КРІ МЕНЕДЖЕРІВ ІЗ ПРОДАЖУ.	14	2	2		10	14	1			13
ТЕМА 10. СЕРВІС І ПІСЛЯПРОДАЖНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ.	12	4	4		4	12	1	1		10
ТЕМА 11. ТЕХНОЛОГІЇ АКТИВНИХ ПРОДАЖІВ (ACTIVE SALES). ХОЛОДНІ ДЗВІНКИ, ТЕХНІКА «DOOR-TO-DOOR», СКРИПТИ ПРОДАЖІВ, ТЕЛЕФОННІ ПЕРЕГОВОРИ.	14	4	4		6	14	1			13
ТЕМА 12. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	14	4	4		6	14				14
Всього за 3 змістовний модуль:	66	16	16		34	66	4	1		61
Всього	150	30	30		90	150	8	4		138

**залучений стейкхолдер для спільного проведення аудиторного заняття*

5. Теми практичних і семінарських занять

№ з/п	Назва теми	ДФЗ	ЗФН
1	ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2	
2	ТЕМА 2. ПРОЦЕС І ТЕХНІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ	2	
3	ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПРОДАЖЕМ	2	1
	Всього за 1 змістовний модуль:	6	1
4	ТЕМА 4. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОГНОЗИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТОРГІВЛІ	2	
5	ТЕМА 5. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ВІДДІЛУ ПРОДАЖУ. ЦІЛІ, ЗАДАЧІ, ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ	2	1
6	ТЕМА 6. ТИПОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ І ОСНОВНІ КАНАЛИ ЗБУТУ. ОПТОВІ, РОЗДРІБНІ, ПРЯМІ, ЕЛЕКТРОННІ ПРОДАЖІ. ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ КАНАЛИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ.	2	1
7	ТЕМА 7. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА, МОТИВАЦІЯ КУПІВЛІ, ЕТАПИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ КЛІЄНТОМ.	2	
	Всього за 2 змістовний модуль:	8	2
8	ТЕМА 8. ІНТЕРНЕТ-ПРОДАЖІ ТА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ. ОНЛАЙН-МАГАЗИНИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МАРКЕТПЛЕЙСИ, ОМНІКАНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ	2	
9	ТЕМА 9. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДАЖІВ. ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ, МЕТОДИ АНАЛІЗУ, КРІ МЕНЕДЖЕРІВ ІЗ ПРОДАЖУ.	2	
10	ТЕМА 10. СЕРВІС І ПІСЛЯПРОДАЖНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ.	4	1
11	ТЕМА 11. ТЕХНОЛОГІЇ АКТИВНИХ ПРОДАЖІВ (ACTIVE SALES). ХОЛОДНІ ДЗВІНКИ, ТЕХНІКА «DOOR-TO-DOOR», СКРИПТИ ПРОДАЖІВ, ТЕЛЕФОННІ ПЕРЕГОВОРИ.	4	
12	ТЕМА 12. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	4	
	Всього за 3 змістовний модуль:	16	1
	Всього:	30	4

6. Самостійна робота

№	Назва теми	Кількість
---	------------	-----------

з/п		годин	
		ДФН	ЗФН*
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ			
1	ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	8	12
2	ТЕМА 2. ПРОЦЕС І ТЕХНІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОДАЖУ	8	11
3	ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПРОДАЖЕМ	8	10
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ, КАНАЛИ ЗБУТУ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ			
4	ТЕМА 4. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОГНОЗИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТОРГІВЛІ	8	12
5	ТЕМА 5. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ВІДДІЛУ ПРОДАЖУ. ЦІЛІ, ЗАДАЧІ, ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ	8	10
6	ТЕМА 6. ТИПОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ І ОСНОВНІ КАНАЛИ ЗБУТУ. ОПТОВІ, РОЗДРІБНІ, ПРЯМІ, ЕЛЕКТРОННІ ПРОДАЖІ. ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ КАНАЛИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ.	8	10
7	ТЕМА 7. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОГО ПРОДАЖУ. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА, МОТИВАЦІЯ КУПІВЛІ, ЕТАПИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ КЛІЄНТОМ.	8	12
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДАЖІВ, ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА			
8	ТЕМА 8. ІНТЕРНЕТ-ПРОДАЖІ ТА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ. ОНЛАЙН-МАГАЗИНИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МАРКЕТПЛЕЙСИ, ОМНІКАНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ	8	11
9	ТЕМА 9. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДАЖІВ. ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ, МЕТОДИ АНАЛІЗУ, КРІ МЕНЕДЖЕРІВ ІЗ ПРОДАЖУ.	10	13
10	ТЕМА 10. СЕРВІС І ПІСЛЯПРОДАЖНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ.	4	10
11	ТЕМА 11. ТЕХНОЛОГІЇ АКТИВНИХ ПРОДАЖІВ (ACTIVE SALES). ХОЛОДНІ ДЗВІНКИ, ТЕХНІКА «DOOR-TO-DOOR», СКРИПТИ ПРОДАЖІВ, ТЕЛЕФОННІ ПЕРЕГОВОРИ.	6	13
12	ТЕМА 12. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ	6	14

	ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	АКТИВНОСТІ СФЕРИ ТОРГІВЛІ		
Разом			90	138

**контрольна робота*

7. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Заочна форма навчання

Індивідуальні завдання для здобувачів заочної форми навчання передбачає написання контрольної роботи. Метою виконання контрольної роботи є закріплення і поглиблення теоретичних знань і практичних навичок, засвоєння загальних закономірностей, принципів і методів фінансового аналізу.

Під час вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» студенти заочної форми навчання виконують одне індивідуальне завдання, результати якого представляють у вигляді письмової роботи. Контрольну роботу студенти виконують самостійно протягом вивчення дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» з проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу.

Вказівки щодо вибору варіанту контрольної роботи та індивідуальні завдання, що відповідають обраному варіанту, наведено у «Методичних рекомендаціях для самостійної роботи та виконання контрольних робіт з дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» для студентів спеціальності D7 «Торгівля», які входять до методичного забезпечення дисципліни. Контрольна робота зараховується, якщо в ній повністю висвітлені теоретичні і практичні питання.

8. Методи навчання

Лекція - основна форма проведення навчальних занять у вищому навчальному закладі, призначених для засвоєння теоретичного матеріалу. Як правило, лекція є елементом курсу лекцій, який охоплює основний теоретичний матеріал окремої або кількох тем навчальної дисципліни. Тематика курсу лекцій визначається робочою навчальною програмою.

Проблемна лекція - спрямовані на розвиток логічного мислення студентів, коло питань теми обмежується двома – трьома ключовими моментами, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздачею студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При читанні лекцій студентам даються питання для самостійного міркування, на які лектор відповідає сам, не чекаючи відповідей студентів.

Практичне заняття - форма навчального заняття, при якій викладач організує детальний розгляд студентами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом відповідно сформульованих завдань.

Семінарське заняття - форма навчального заняття, при якій викладач організує дискусію навколо попередньо визначених тем, до котрих студенти готують тези виступів на підставі індивідуально виконаних завдань.

Семінари – дискусії – передбачають обмін думками і поглядами учасників семінару по темі що розглядається, а також розвивають мислення, допомагають формувати висновки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Мозкові атаки – це метод розв'язання невідкладних завдань за дуже обмежений час. Сутність його полягає в тому, щоб за невеликий проміжок часу висловити як найбільшу кількість ідей, обговорити і здійснити їх колекцію.

Презентації – виступи перед аудиторією. Використовуються для представлення

певних досягнень роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації нових наукових розробок за допомогою мультимедійних засобів.

Індивідуальні завдання з дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» (контрольна робота, тематичні тести, кросворди, тези доповідей та наукові статті) виконуються студентом самостійно при консультуванні викладачем. Допускаються випадки виконання комплексної тематики кількома студентами.

Дистанційні технології навчання є однією з форм індивідуалізації освітнього процесу, що ґрунтується на принципах відкритого навчання з широким використанням комп'ютерних навчальних програм різного призначення та створює інформаційне освітнє середовище для передачі веб-ресурсів навчальних дисциплін і взаємодії між учасниками. Дистанційне навчання в Уманському НУ здійснюється відповідно до положення «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті». Для забезпечення освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання в УНУ використовується система управління навчанням Moodle. Матеріали курсу «Бізнес-технології ефективних продаж» розміщені на платформі Moodle. В разі запровадження карантинних обмежень проводяться відеоконференції в форматі лекцій або семінарів. Зв'язок студентів з викладачем забезпечують різноманітні сучасні платформи, такі як: Zoom, Google Meet, Moodle.

9. Методи контролю

Для забезпечення оцінювання студентів проводиться поточний (модульний) контроль.

Модульний контроль передбачає перевірку стану засвоєння визначеної системи елементів знань та вмінь студентів з того чи іншого модулю.

При контролі систематичності та активності роботи на семінарських заняттях оцінюванню в балах підлягають: рівень знань, необхідний для виконання завдань, що передбачені для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання; рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на семінарських заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на семінарські заняття; результати експрес-контролю тощо.

При контролі виконання самостійної роботи, яка передбачена робочою програмою дисципліни, оцінюванню в балах підлягають: самостійне опрацювання окремих питань; написання рефератів, есе; підготовка конспектів навчальних чи наукових тестів; підготовка реферативних матеріалів тощо.

При виконанні модульних (контрольних) завдань оцінюванню в балах підлягають теоретичні знання і практичні уміння, яких набули студенти після опанування певного модуля. Модульний контроль проводиться письмово або з використанням платформи MOODLE у формі тестів.

Повторне виконання модульних контрольних робіт на вищу кількість балів дозволяється, як виняток, з поважних причин за погодженням викладача, який викладає дисципліну, з дозволу декана факультету.

У разі невиконання певних завдань поточного контролю з об'єктивних причин,

студенти мають право, з дозволу викладача, скласти їх до останнього семінарського заняття. Час і порядок складання визначає викладач.

У разі, коли студент не з'явився на проведення модульної контрольної роботи без поважних причин, він отримує нуль балів. Перездача модульного контролю допускається у строки, які встановлюються викладачем.

Знання студента з певного модуля вважаються незадовільними, за умови коли сума балів його поточної успішності та за модульний контроль складають менше 61% від максимально можливої суми за цей модуль. В такому випадку можливе повторне перескладання модуля у терміни встановлені викладачем. Рейтингова сума балів з навчальної дисципліни після складання модулів виставляється як сума набраних студентом балів протягом семестру.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

В основу рейтингового оцінювання знань студента закладена спеціальна 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати студент за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи тощо). Кількість балів, які можна набрати у ході вивчення курсу дисципліни розподіляються наступним чином:

Розподіл балів, присвоюваних здобувачам при вивченні дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» Денна форма навчання

Зміст	ЗМ 1				ЗМ 2					ЗМ 3						Бали за наукову роботу	Екзамен	Сума 100
Кількість балів за модуль	15				17					28						10	30	
Змістові модулі	Т 1	Т 2	Т 3	МК 1	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	МК 2	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12	МК 3			
Кількість балів за змістовими модулями і модульний контроль				5					5						10			20
в т.ч. за видами робіт:																		
- практичні заняття	2	1	2		2	2	1	1		3	2	2	2	1				21
- використання СРС	1	2	2		2	2	1	1		2	1	1	2	2				19

Заочна форма навчання

Зміст	ЗМ 1	ЗМ 2	ЗМ 3	КР	Бали за наукову роботу	Екзамен	Сума 100
Кількість балів за модуль	10	14	16		10	30	

Змістові модулі	Т 1	Т 2	Т 3	МК 1	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	МК 2	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12	МК 3	20			
Кількість балів за змістовими модулями і модульний контроль				5					5						5				20
в т.ч. за видами робіт:																			
- практичні заняття					2			2		2			2						8
- використання СРС	1	2	2		1	2	1	1		1	2	1	1	2					27

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
90 – 100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Рекомендована література

Базова

1. Господарський кодекс України. {Із змінами, внесеними згідно із Законами України № 286-IX від 12.11.2019}.
2. Цивільний кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 40–44, ст.356. {Із змінами, внесеними згідно із Законами України від 12.07.2018 № 2505-VIII}.
3. Закон України «Про електронну комерцію». ВВР, 2015, № 45, ст.410.
4. Закон України «Про рекламу». ВВР, 1996, № 39, ст.181. {Із змінами, Закони № 293-IX від 14.11.2019}.
5. Закон України «Про інформацію» №2657-12 від 02.10.92. {Із змінами, Закони № 324-IX від 03.12.2019}.
6. Закон України «Про захист прав споживачів» №1023-12 від 12.05.91. {Із змінами, Закони від 12.11.2019 № 286-IX}.
7. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». ВВР, 1996, № 36, ст.164. {Із змінами, Закони № 286-IX від 12.11.2019}.
8. Закон України «Про електронні комунікації» №1089-IX від 16.12.2020.

9. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності...» від 15.06.2006 № 833. {Із змінами № 666 від 29.08.2018, № 168 від 06.03.2019}.
10. Наказ Мінекономіки України «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами» від 19.04.2007 № 104. {Із змінами № 80 від 23.01.2018}.
11. Наказ Міністерства економіки «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами» від 11.07.2003 № 185.

Підручники (навчальні посібники)

12. Апопій В.В., Міщук І.П. Бізнес-технології ефективних продаж: підручник. Київ: ЦУЛ, 2019. 632 с.
13. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та бізнес-технології ефективних продаж: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2017. 368 с.
14. Чеглов В.А. Управління продажами. Підручник. Київ, 2018.
15. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. Київ: Вид. дім «Професіонал», 2018.
16. Панасюк А.В. Психологія продажів та впливу. Київ, 2019.
17. Трейсі Б. Психологія продажів. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018.
18. Турбан Е., Кінг Д. Електронна комерція: системи та перспективи розвитку. Київ, 2020.
19. Райан Д. Цифровий маркетинг. Київ: Наш Формат, 2021.
20. Гевко В. Інновації у торгівлі та підприємстві. Тернопіль: ТНЕУ, 2020.
21. Власова Н.О., Чорна М.В. Економіка торгівлі. Харків: Світ Книг, 2014.
22. Лігоненко Л.О., Новікова Н.М. Економіка торгівлі у схемах та таблицях. Київ: КНТЕУ, 2014.
23. Височин І.В., Новікова М.М. Економіка підприємств торгівлі. КНТЕУ, 2018.
24. Дикань В.Л., Каличева Н.Є. Комерційна діяльність і торгівля. Харків: УкрДУЗТ, 2018.
25. Мазур Н.А., Семенець І.В. Економіка торговельного підприємства. Чернівці: ЧНУ, 2020.
26. Яскал О.О., Лопащук І.А. Економіка та організація торгівлі. ЧНУ, 2019.
27. Роженко О.В. Організація торгівлі: опорний конспект лекцій. ДонНУЕТ, 2017.
28. ДСТУ 4303:2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять».

Допоміжна література

29. Сотник І.М., Таранюк Л.М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Суми: Університетська книга, 2018.
30. Черевко О.І., Новикова О.В., Потапов В.О. Обладнання підприємств сфери торгівлі. Київ: Ліра-К, 2010.
31. Чалдіні Р. Психологія впливу. Київ: Форс, 2020.
32. Соломон М. Поведінка споживача. Київ: Професіонал, 2019.
33. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетіаван І. Marketing 4.0. Київ: Наш Формат, 2018.

12. Перезарахування та визнання результатів навчання

Перезарахування та визнання результатів навчання з дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж» або окремого її елемента відбувається відповідно до Положення про

порядок визнання в Уманському національному університеті садівництва результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4n0x>).

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 тощо) в обсязі, що загалом не перевищує 25 % освітньої програми.

13. Політика академічної доброчесності

У процесі навчання з дисципліни «Бізнес-технології ефективних продаж», здобувачі повинні дотримуватися встановлених правил академічної доброчесності, визначених Кодексом доброчесності Уманського національного університету (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/Tf94>). При підготовці рефератів, виконанні індивідуальних науково-дослідних завдань, а також під час проведення контрольних заходів очікується, що всі роботи подані здобувачами будуть їхніми оригінальними дослідженнями та міркуваннями.

Будь-які види порушення академічної доброчесності, зокрема плагіат, неправомірне використання чужих ідей, фальсифікація даних чи співучасть у таких діях, є абсолютно неприпустимими і не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності у письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від обсягу порушення.

З метою запобігання порушенням і підвищення якості академічних робіт, здобувачам настійно рекомендується користуватися належними академічними ресурсами та інструментами для перевірки робіт на плагіат, а також звертатися за консультаціями з питань правильного цитування і академічного письма.

14. Зміни у робочій програмі на 2025-2026 навчальний рік.

Зміни внесені до робочої програми на 2025-2026 навчальний рік, охоплюють:

1. Внесення відповідних корегувань в розподіл балів, що їх отримують студенти в процесі вивчення дисципліни;
2. Оновлення переліку рекомендованої літератури.