АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Тренінг «Продажі та перемовини»» / «Sales and Negotiations Training»

Розробник	*Середа Н. М., кандидат економічних наук, доцент*
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Вибіркова*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*2-й рік навчання, 3-й семестр*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*Українська*
Форма підсумкового контролю	*Диференційований залік*
Основні форми контролю	*Виконання тренінгових вправ, участь у рольових іграх і переговорних симуляціях, модульний контроль (МК1, МК2) у формі практичних симуляцій, індивідуальний переговорно-продажний кейс, диференційований залік.*

Мета навчальної дисципліни

Формування та розвиток практичних навичок професійних продажів і ділових переговорів, здатності ефективно взаємодіяти з клієнтами та партнерами, виявляти їхні потреби й інтереси, аргументовано презентувати цінність пропозиції, конструктивно працювати із запереченнями та конфліктними ситуаціями, готувати й проводити переговори та досягати взаємовигідних домовленостей.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: Вивчення дисципліни ґрунтується на знаннях, уміннях і навичках, набутих під час опанування освітніх компонентів «Бренд-менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», а також на базових знаннях із поведінки споживачів та маркетингових комунікацій.

Кореквізити: У третьому семестрі паралельно вивчається обов'язкова дисципліна «Сталий маркетинг та трансформація ринку»; додатковими змістово пов'язаними кореквізитами можуть бути вибіркові дисципліни «Професійна етика в маркетинговій діяльності» та «Логістичний менеджмент» (за умови їх обрання здобувачем).

Постреквізити: Набуті знання, уміння та практичні навички можуть бути використані під час проходження переддипломної практики, підготовки і захисту кваліфікаційної магістерської роботи, а також у професійній діяльності у сфері продажів, управління клієнтськими відносинами, бізнес-розвитку, маркетингових комунікацій і ведення ділових переговорів.

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

– встановлювати професійний контакт і формувати довіру у взаємодії з клієнтом або партнером;

– застосовувати активне слухання та діагностичні запитання для виявлення потреб;

– проводити бесіду за методикою SPIN та структурувати комунікацію за моделлю AIDA;

– формулювати й презентувати ціннісну пропозицію з урахуванням бізнес-результатів клієнта;
– аргументовано працювати із запереченнями й долати складні комунікативні ситуації;
– готувати переговорну позицію, визначати інтереси, BATNA, ZOPA та межі поступок;
– застосовувати переговорні стратегії й тактики та досягати рішень за принципом win-win;
– завершувати угоду, фіксувати домовленості та організовувати післяпродажну взаємодію.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна має тренінговий формат: короткі теоретичні пояснення поєднані з рольовими іграми, вправами, аналізом кейсів і симуляціями реальних переговорних ситуацій. Зміст поділено на два змістові модулі.

Змістовий модуль 1. Клієнтоорієнтовані технології продажу та формування цінності

Сучасний процес продажів і переговорів, клієнтський шлях та етапи угоди; корпоративні й телефонні продажі; метод SPIN, модель AIDA; формування довіри й партнерства; консультативні та ціннісні продажі; стратегія голубого океану й ціннісне позиціонування пропозиції.

Змістовий модуль 2. Переговорна майстерність, робота зі складними ситуаціями та завершення угоди

Встановлення контакту й активне слухання; діагностика потреб; презентація ціннісної пропозиції, аргументація та робота із запереченнями; переговорні інтереси, BATNA, ZOPA, поступки та win-win; завершення продажу, післяпродажний супровід і комплексні переговорні симуляції.

Методи та технології навчання

Мінілекція, тренінгові вправи, рольові ігри, переговорні симуляції, кейс-метод, робота в парах і малих групах, спостереження за переговорами у форматі fishbowl, взаємооцінювання, підготовка й захист переговорно-продажного кейсу.