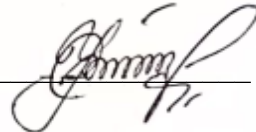


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства

Затверджено

На засіданні кафедри економіки
підприємства економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 30.08.2022 р.)

Завідувач кафедри


проф. Урба С.І.

Силабус з навчальної дисципліни
«Управління продуктом і продажем»,
що викладається в межах дисциплін вільного вибору студентів
із циклу загальної підготовки
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Львів – 2022 р.

Назва курсу	Управління продуктом та продажем
Адреса викладання курсу	м. Львів, пр. Свободи 18
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет, кафедра економіки підприємства
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Економічні спеціальності другого (магістерського) рівня вищої освіти
Викладач	Магас Василь Мар'янович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Контактна інформація викладача (-ів)	E-mail: y_magas@ukr.net м. т. (067) 596 50 10
Консультації по курсу відбуваються	Після лекційних занять (к. 323)
Сторінка курсу	https://e-learning.lnu.edu.ua/course/view.php?id=5117
Інформація про курс	Програма дисципліни вільного вибору студентів із циклу загальної підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти для економічних спеціальностей
Коротка анотація курсу	У курсі розглядаються методи, механізми та інструменти управління продуктом на усіх стадіях: генерація, відбір та розробка ідей, розробка ідеї товару та прототипу продукту, створення мінімально життєздатного продукту, перевірка його ринкових перспектив, економічний аналіз та формування метрик продукту, організація виробництва продукту, управління продажем продукту.
Мета курсу	Мета курсу: оволодіння студентами методами, механізмами та інструментами управління продуктом та його продажем, спрямованими на максимізацію прибутку впродовж життєвого циклу продукту.
Література для вивчення дисципліни	<p style="text-align: center;">Базова література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бэнк Крис "The Guide to Minimum Viable Products"// https://medium.com/the-guide-to-mvp 2. Бутенко Н.В. Маркетинг // Київ. "Атіка Київ". 2017. 300 с. 3. Ерік Райз: Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля. К.: Vivat, 2016. С. 368. 4. Етапи створення продукту //

<https://www.youtube.com/watch?v=r1fqipmrlVY>

5. Дилеми засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу (The founder's dilemmas: anticipating and avoiding the pitfalls that can sink a startup). К.: Vivat, 2016. С. 480.
6. Клейтон Крістенсен. «Дилема інноватора. Як нові технології нищать сильні компанії». Yakaboo Publishing
7. Hague, Paul N. (2002) *Market research : a guide to planning, methodology and evaluation*. London, England: Kogan Page
8. Gordon, Wendy. (1943) *Qualitative market research : a practitioner's and buyer's guide*. Aldershot, Brookfield, USA : Gower
9. Mike Allen, Scott Titsworth, Stephen K. Hunt. (1959) *Quantitative research in communication*. Los Angeles, USA : SAGE
10. Philip Hans Franses and Richard Paap. (1963) *Quantitative models in marketing research*. Cambridge, UK ; New York : Cambridge University Press
11. Lambin, J.-J., Chumpitaz, R., & Schuiling, I. (2007). *Market – Driven Management, 2nd ed.*, London, England: Palgrave Macmillan.
12. Product Life Cycle (n.d) Retrieved March 28, 2016 from <http://www.inc.com/encyclopedia/product-life-cycle.html>
13. Marketing Science. (2004). *Growing, Growing, Gone: Cascades, Diffusion, and Turning Points in the Product Life Cycle*. Retrieved from: <http://pubsonline.informs.org/doi/pdf/10.1287/mksc.1040.0057>

Додаткова література

1. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний) менеджмент: Навчальний посібник. Вид. 2-ге, виправл. і доп./ За редакцією В.О.Василенка. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 532 с.
2. Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П. Основи інвестиційного менеджменту: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2008. – 340 с.
3. Product Planning and Development: Top 7 Steps [//https://www.yourarticlelibrary.com/production-management/product-planning/product-planning-and-development-top-7-steps/69574](https://www.yourarticlelibrary.com/production-management/product-planning/product-planning-and-development-top-7-steps/69574)

Інтернет-ресурси

1. <http://startupukraine.com/blog/prototyp>
2. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Прототип_\(техніка\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Прототип_(техніка))
3. https://skillbox.ru/course/profession-product-manager-pro/?utm_source=advcake&utm_medium=cpa&utm_campaign=affiliate&utm_content=buyavetsgmailcom&advcake_params=dc456d642e33d1845e2792f1e5e8bcb1
4. <https://www.youtube.com/watch?v=7gG3dmC45oA>
5. <https://checkroi.ru/blog/luchshie-kursy-prodakt-menedzhment-online/>
6. <https://igaryoh.ru/product-manager-kursy/>
7. https://www.kensaq.com/web?go=semQuery&ad=semA&q=product%20management%20%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D1%8B&o=774345&ag=fw11&an=google_s&rch=intl320&gclid=CjwKCAjw88v3B

	RBFEiwApwLevYllhNmP_n5hkLxg_z6NhBkoqq8Tt9DFncpNJODy_f3VgcWPJ7xQlXoCul4QAvD_BwE 8. https://simulator.gopractice.ru/
Тривалість курсу	90 год. 3 кредити
Обсяг курсу	32 години аудиторних, з них 16 годин лекцій та 16 години практичних занять, 58 годин самостійної роботи.
Очікувані результати навчання	<p>В результаті вивчення даного курсу студент повинен</p> <p>знати: основні етапи створення нового продукту та особливості управління продуктом на різних стадіях життєвого циклу продукту, у тому числі управління продажем на різних стадіях його комерційного циклу.</p> <p>вміти: практично застосовувати набуті знання, зокрема, методи стимулювання генерації ідеї нових продуктів, їх попереднього відбору і подальшої розробки, формувати вимоги до мінімального життєздатного продукту, проводити оцінювання ринкових перспектив нового продукту, вирішувати проблемні питання та нестандартні ситуації, пов'язані із організацією виробництва нового продукту, формулювати та приймати ефективні управлінські рішення, пов'язані із продажем продукту на різних стадіях його комерційного циклу, знаходити шляхи продовження продажної стадії життєвого циклу продукту та загальної маси прибутку.</p>
Формат курсу	Денний/Заочний
Теми	ДОДАТОК (схема курсу)
Підсумковий контроль, форма	Залік
Пререквізити	Курс «Управління продуктом та продажем» вивчається в тісному зв'язку з такими дисциплінами, як: «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Організація виробництва», «Інноваційна діяльність».
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Лекції презентації, реферати інтерактивні методи (демонстраційні вправи, ситуаційні вправи, задачі, мозковий штурм, дискусії, робота з тестовими та іншими діагностичними методиками тощо)
Необхідні обладнання	Мультимедійний пристрій, комп'ютер, фліпчарт, папір, маркери

Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	30 балів – 2 реферати; 20 балів – поточне оцінювання на практичних заняттях; 50 балів – залік.
Питання до заліку	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття продукту та товару. Види продукту. 2. Суть управління продуктом. Цілі та завдання управління продуктом. 3. Життєвий цикл продукту. Основні етапи (завдання) управління продуктом. 4. Генерація ідей нового продукту на основі виявлених нових потреб чи можливостей. 5. Оцінка та відбір ідей через розгляд їх на предмет технологічності, економічності, законності, ризикованості тощо. 6. Розробка (ескізу, концепту, моделі) відібраної ідеї продукту. 7. Формування та перевірка гіпотези сприйняття нового продукту на ринку. 8. Поняття мінімально життєздатного продукту (MVP). Цілі та завдання управління продуктом. 9. Цілі і основні завдання створення MVP. 10. Продуктовий, клієнтський та ринковий ризики мінімально життєздатного продукту. 11. Виміри якості продукту. 12. Тестування мінімально життєздатного продукту. 13. Способи підвищення життєздатності продукту. 14. Поняття та призначення метрики продукту. 15. Види метрик продукту. Метрики і особливості продукту. 16. Вибір метрик для продукту. 17. Особливості вибору метрик на етапі розвитку продукту. 18. Особливості вибору метрик на залежно від поставлених цілей. 19. Суть та стадії організації технічної підготовки виробництва. 20. Науково-дослідна підготовка виробництва. 21. Конструкторська підготовка виробництва. 22. Технологічна підготовка виробництва. 23. Організаційно-економічна підготовка виробництва. 24. Освоєння виробництва нових виробів. 25. Мета та завдання управління продажом. 26. Основні функції управління продажом. 27. Особливості управління продажом на різних стадіях життєвого циклу товару. 28. Завдання продовження життєвого циклу товару. 29. Маркетингова стратегія на кожному етапі життєвого циклу товару.
Опитування	Усна та письмова форми опитування

СХЕМА КУРСУ «УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТОМ ТА ПРОДАЖЕМ»

Тижні, семестр	Номер, назва і зміст теми	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Матеріали	Література.*** Ресурси в Інтернеті	Завдання	Термін виконання
1	2	3	4	5	6	7
1-2	1. ВСТУП ДО КУРСУ "УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТОМ ТА ПРОДАЖЕМ". Продукт як результат підприємницької діяльності. Поняття продукту та товару. Види продукту. Суть управління продуктом. Життєвий цикл продукту. Цілі та завдання управління продуктом. Основні етапи (завдання) управління продуктом.	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова робота, доповіді рефератів	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет ресурс.	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів рекомендованої літератури.	2 тижні
3-4	2. РОЗРОБКА ТА ВІДБІР ІДЕЙ ПРОДУКТУ Генерація ідей нового продукту на основі виявлених нових потреб чи можливостей. Методи генерації ідей. Оцінка та відбір ідей через розгляд їх на предмет технологічності, економічності, законності, ризикованості тощо. Розробка (ескізу, концепту, моделі) відібраної ідеї продукту. Формування та перевірка гіпотези сприйняття нового продукту на ринку.	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова робота, доповіді рефератів	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет ресурс	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів рекомендованої літератури.	2 тижні
5-6	3. РОЗРОБКА МІНІМАЛЬНО ЖИТТЄЗДАТНОГО ПРОДУКТУ Поняття мінімально	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів	2 тижні

	життєздатного продукту (MVP). Цілі і основні завдання створення MVP. Особливості MVP.	робота, доповіді рефератів		ресурс	рекомендованої літератури.	
7-8	4. Оцінка життєздатності продукту Продуктовий, клієнтський та ринковий ризику мінімально життєздатного продукту. 8 вимірів якості продукту. Тестування мінімально життєздатного продукту. Способи підвищення життєздатності продукту.	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова робота, доповіді рефератів	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет ресурс	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів рекомендованої літератури.	2 тижні
9-10	5. Економічний аналіз та формування метрик продукту Поняття та призначення метрики продукту. Види метрик продукту. Ієрархія і Піраміда метрик продукту. Вибір метрики для продукту. Метрики і етап розвитку продукту. Метрики і особливості продукту. Метрики і цілі, яких потрібно досягти.	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова робота, доповіді рефератів	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет ресурс	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів рекомендованої літератури.	2 тижні
11-12	6. Виготовлення продукту Суть та стадії організації технічної підготовки виробництва. Науково-дослідна підготовка виробництва. Конструкторська підготовка виробництва. Технологічна підготовка виробництва. Організаційно-економічна підготовка виробництва. Освоєння	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова робота, доповіді рефератів	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет ресурс	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів рекомендованої літератури.	2 тижні

	виробництва нових виробів.					
13-14	<p>7. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ НА ПІДПРИЄМСТВІ Мета, завдання та функції управління продажем. Прогнозування та планування продажу. Організація продажу. Формування каналів розподілу продукції (каналів дистрибуції). Мотивація праці торгових працівників. Інструменти мотивації. Оперативний облік, контроль та оперативне регулювання результатів діяльності з продажу. Внутрішні вимоги (стандарти роботи) відділу продажу (продавця).</p>	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова робота, доповіді рефератів	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет ресурс	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів рекомендованої літератури.	4 тижні
15-16	<p>8. УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ Особливості управління продажем на різних стадіях життєвого циклу товару. Завдання продовження життєвого циклу товару. Маркетингова стратегія на кожному етапі життєвий цикл товару.</p>	Лекція, самостійна робота, дискусія, групова робота, доповіді рефератів	Презентація навчально-методичні матеріали	Роздатковий матеріал. БЛ - 1-17; ДЛ – 1-7. Інтернет ресурс	Опрацювання роздаткових матеріалів, відповідних розділів рекомендованої літератури.	4 тижні