



**ФАКУЛЬТЕТ
АГРАРНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КАФЕДРА
МАРКЕТИНГУ ТА
МІЖНАРОДНОЇ
ТОРГІВЛІ**

Навчальна дисципліна:

Маркетингова політика розподілу

Вид навчально-методичного забезпечення:

Силабус курсу

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
Маркетинг**

Галузь знань:
07 Управління та адміністрування

Спеціальності:
075 Маркетинг

Дні занять та консультацій: за поточним розкладом
Рік навчання: III, Семестр: V
Кількість кредитів: 4
Мова викладання: українська

Керівник курсу

д.е.н., професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Національного університету біоресурсів а природокористування України.

Збарський Василь Кузьмич

Контактна інформація: zbarsky@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=444>

Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетингова політика розподілу» забезпечує засвоєння теоретичних знань та формування практичних навиків та вмій щодо формування, вибору та функціонування каналів розподілу продукції.

Основні завдання навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу»: одержати систематичні, теоретичні знання в галузі маркетингової політики розподілу; поглибити знання здобувачів вищої освіти про зміст та інструменти маркетингової політики розподілу в системі управління маркетингом на підприємстві; вивчити особливості прийняття рішень щодо вибору та управління каналом розподілу; вивчити переваги та недоліки сучасних технологій політики розподілу; формування практичних навичок управління та організації ефективної розподільчої політики на підприємстві.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів, а саме:

- навчального модуля № 1 «Особливості маркетингової політики розподілу та типи посередників».

- навчального модуля № 2 «Управління каналами розподілу».

Кожен з модулів є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Структура курсу

Тема	Години (лекції/ практичні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
1	2	3	4	
Навчальний модуль № 1 «Особливості маркетингової політики розподілу та типи посередників»				
1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу	2	Знати етимологію та генезис маркетингової політики розподілу. Розуміти зміст та значення розподілу у системі маркетингу. Вміти встановлювати маркетингової політики розподілу з рішеннями інших складових комплексу маркетингу. Знати основні функції маркетингової політики розподілу.	Питання, тести, ситуаційні завдання	
2. Канали розподілу товарів: поняття, характеристики та різновиди	2/2	Розуміти поняття каналів розподілу товарів та принципи їх функціонування. Знати класифікацію каналів розподілу. Формувати вміння та навиків прийняття маркетингових рішень щодо сфери використання прямих та непрямих каналів розподілу продукції. Розуміти особливості застосування зворотних каналів розподілу та каналів розподілу в інтегрованих системах.	Питання, тести, ситуаційні завдання	

3. Система розподілу товарів промисловим підприємством	2/4	Знати особливості збуту товарів промислового призначення. Вміти відбирати учасників каналу та форми співпраці учасників каналів розподілу. Формувати навички оцінки і контролю діяльності учасників каналу розподілу. Знати особливості збуту товару державними установами.	Питання, тести, ситуаційні завдання	
4. Гуртові посередники у каналах розподілу продукції	2/4	Знати функції, завдання та типи гуртових посередників. Формувати навички та вміння прийняття маркетингових рішень гуртовим посередником. Володіти теоретичними та практичними навичками роботи з гуртовими посередниками з повним та обмеженим циклом обслуговування.	Питання, тести, ситуаційні та розрахункові завдання	
5. Роздрібні посередники у каналах розподілу товарів	2/4	Знати функції, завдання та типи роздрібних посередників. Формувати навички та вміння прийняття маркетингових рішень роздрібним посередником. Вміти налагоджувати роботу роздрібних посередників (магазинна та позамагазинна) торгівля. Володіти вмінням та навичками застосовувати технології мерчендайзингу.	Питання, тести, ситуаційні та розрахункові завдання	
6. Оптимізація систем розподілу продукції	2/6	Визначати фактори впливу на вибір довжини та ширини каналів розподілу. Вміти приймати обґрунтовані рішення про структуру каналів розподілу продукції. Вміти розраховувати потребу у формуванні каналів розподілу продукції. Вміти формувати цілі та варіанти побудови каналів розподілу продукції. Формувати навички оцінки та вибору каналу розподілу. Знати особливості формування міжнародних каналів розподілу.	Питання, тести, ситуаційні та розрахункові завдання	
7. Конкуренція та конфлікти в каналах розподілу продукції	2/6	Знати особливості та типи конкуренції в каналах розподілу продукції. Володіти теоретичними знаннями та практичними навичками управління конфліктами в каналах розподілу.	Питання, тести, ситуаційні завдання	
8. Особливості маркетингової політики розподілу в системах прямого та інтерактивного маркетингу	2/4	Знати сутність, переваги прямого маркетингу та розвиток прямого маркетингу. Вміти створювати бази даних про покупців і прямий маркетинг. Володіти знаннями та навичками організації особистого продажу як форми прямого маркетингу. Застосовувати канали інтерактивного маркетингу. Знати перспективи та проблеми інтерактивного маркетингу.	Питання, тести, ситуаційні завдання	
Всього за 1 семестр				45
Залік				6
Всього за курс				51

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано