

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеський національний технологічний університет

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингова політика розподілу

Вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-наукова програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Код та найменування спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Шифр та найменування галузі знань 07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти доктор філософії

Розглянуто, схвалено та затверджено
Методичною радою університету

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою управління бізнесом
Одеського національного технологічного університету

РОЗРОБНИК (розробники): Лагодієнко Володимир Вікторович, професор кафедри
управління бізнесом, професор, доктор
економічних наук

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри управління бізнесом
Протокол від «1» серпня 2022 р. №1

Завідувач кафедри ПІДПИСАНО Н.Й.Басюркіна
(підпис) (прізвище та ініціали)

Розглянуто та схвалено методичною радою зі спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
(код та найменування спеціальності)

Голова ради ПІДПИСАНО Н.Й.Басюркіна
(підпис) (прізвище та ініціали)

Гарант освітньої програми ПІДПИСАНО Н.Й.Басюркіна
(підпис) (прізвище та ініціали)

Розглянуто та схвалено Методичною радою університету
Протокол від «30» серпня 2022р. № 1

Секретар Методичної ради університету ПІДПИСАНО Мураховський В.Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

| | | |
|-----|---|---|
| 1 | Пояснювальна записка | 4 |
| 1.1 | Мета та завдання навчальної дисципліни | 4 |
| 1.2 | Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти | 4 |
| 1.3 | Міждисциплінарні зв'язки | 4 |
| 1.4 | Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС | 4 |
| 2 | Зміст дисципліни: | 5 |
| 2.1 | Програма змістовних модулів | 5 |
| 2.2 | Теми практичних занять | 5 |
| 2.3 | Перелік завдань до самостійної роботи | 5 |
| 3 | Критерії оцінювання результатів навчання | 7 |
| 4 | Інформаційне забезпечення | 8 |

1. Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета вивчення дисципліни «Маркетингова політика розподілу» є вивчення студентами можливих каналів розподілу товарів (послуг): їх функцій, структури, тенденцій розвитку, рішень щодо управління, а також відпрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань щодо розподілу продукції. Предмет курсу – процеси формування та функціонування розподілу готової продукції. Завдання – розглянути різновиди каналів розподілу продукції; – визначити особливості каналів розподілу споживчих товарів, товарів промислового призначення та послуг; – навчити вибирати найбільш оптимальну структуру каналу розподілу; – розглянути особливості відбору учасників каналу розподілу; – визначити особливості маркетингової логістики; – розглянути сучасні тенденції у розвитку каналів розподілу; – залучити отримані студентами теоретичні знання для їх використання на практичних заняттях.

1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність](#), освітньо – наукова програма [076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність](#) підготовки докторів філософії.

1.3. Міждисциплінарні зв'язки

Вивчається після Актуальні проблеми підприємництва торгівлі та біржової діяльності

1.4. Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Кількість кредитів ECTS- 3, годин - 90

| Аудиторні заняття, годин: | всього | лекції | практичні |
|---------------------------|-----------|--------|-------------|
| денна | 30 | 14 | 16 |
| заочна | 18 | 10 | 8 |
| Самостійна робота, годин | Денна -60 | | Заочна – 72 |

2. Зміст дисципліни

2.1 Програма змістовних модулів

Змістовний модуль 1: Теоретичні аспекти маркетингової політики розподілу

| № теми | Зміст теми | Денна | Заочна |
|--------|--|-------|--------|
| 1 | Сутність маркетингової політики розподілу | 2 | 2 |
| 2 | Канали розподілу та їх характеристика | 2 | 1 |
| 3 | Особливості маркетингової політики розподілу в системах прямого та інтерактивного маркетингу | 1 | 1 |
| 4 | Конкурентні відносини та конфлікти в каналах розподілу | 1 | 1 |

Змістовний модуль 2: Видові аспекти маркетингової політики розподілу

| № теми | Зміст теми | Денна | Заочна |
|--------|---|-------|--------|
| 1 | Гуртова торгівля в системі розподілу | 2 | 2 |
| 2 | Роздрібна торгівля в системі розподілу | 2 | |
| 3 | Оптимізація управління системою розподілу продукції | 2 | 1 |
| 4 | Сучасні технології маркетингової політики розподілу | 1 | 1 |
| 5 | Маркетингова логістика в системі розподілу | 1 | 1 |

2.2. Теми практичних занять

| № з/п | Назва теми | Денна | Заочна |
|-------|--|-------|--------|
| 1 | Сутність корпоративних стратегій оптовика | 2 | 1 |
| 2 | Сутність бізнес-стратегій роздрібних підприємств | 2 | 1 |
| 3 | Сутність комунікаційних стратегій впливу на посередника | 2 | 1 |
| 4 | Напрями формування збутової політики фірми | 2 | 1 |
| 5 | Методику оптимізація складу та кількості каналів товароруку | 2 | 1 |
| 6 | Сутність ABC-аналізу, що застосовується для відбору найбільш ефективних каналів товароруку | 2 | 1 |
| 7 | Сутність поняття «управління збутовим каналом» | 2 | 1 |
| 8 | Методи, що застосовуються на різних етапах персонального продажу | 2 | 1 |

2.3. Перелік завдань до самостійної роботи

| № теми | Назва теми | денна | заочна | Завдання до самостійної роботи |
|--------|--|-------|--------|---|
| 1. | Сутність і значення маркетингової політики розподілу | 8 | 10 | Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1. Побудуйте графічну інтерпретацію формування характеристик концепції маркетингової політики розподілу. 2. Поясніть функціональний зміст логістики дистрибуції? Розв'яжіть тести. |
| 2. | Канали розподілу товарів: поняття, характеристики та різновиди | 8 | 10 | Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1. Запропонуйте оптимальні методи оволодіння основними компонентами переміщення потоків у каналі дистрибуції. 2. Проаналізуйте недоліки непрямих каналів розподілу. Розв'яжіть тести. |
| 3. | Канал розподілу в | 8 | 10 | Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: |

| | | | | |
|----|--|----|----|---|
| | інтегрованих системах | | | 1.Розкажіть про переваги використання багатоканальних маркетингових систем. 2.Які існують недоліки використання багатоканальних маркетингових систем? Розв'яжіть тести. |
| 4. | Гуртові посередники у каналах розподілу продукції | 8 | 10 | Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1.Що таке гуртова торгівля? Організаційні форми гуртової торгівлі. Функції гуртових посередників. Маркетингові рішення гуртовика. 2. Гуртовики з повним циклом обслуговування. Дистриб'ютори. Гуртовики з обмеженим циклом обслуговування. Розв'яжіть тести. |
| 5. | Роздрібні посередники у каналах розподілу товарів | 8 | 10 | Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1. Сутність роздрібної торгівлі. Функції роздрібних посередників. Різновиди роздрібних посередників. Класифікація організаційних форм роздрібної торгівлі. 2. Особливості функціонування різних видів роздрібних магазинів. Позамагазинна торгівля. Торговельні автомати. Особистий продаж з доставкою додому. Торгівля на замовлення поштою, телефоном або через Інтернет. Телемаркетинг. Розв'яжіть тести. |
| 6. | Маркетингова політика розподілу на промисловому підприємстві | 10 | 11 | Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1. Організація системи розподілу на промисловому підприємстві. Функції розподілу на промисловому підприємстві. Комерційний, каналний та фізичний розподіл. Операційна система розподілу.. 2. Складування товарів на промисловому підприємстві. Вибір раціональної системи складування. Вибір товароносія. Види складування на промисловому підприємстві. Етапи процесу комплектації. Розрахунок потреби у складській площі і місткості.. Розв'яжіть тести. |
| 7. | Оптимізація систем розподілу продукції | 10 | 11 | Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1. Визначення структури каналів розподілу. Чинники, які впливають на вибір довжини каналів розподілу. Чинники, які впливають на вибір ширини каналу розподілу продукції. Ступінь інтенсивності розподілу. Інтенсивна дистрибуція. Селективна дистрибуція. Ексклюзивна дистрибуція. Характеристики каналів з різним ступенем інтенсивності розподілу.. 2. Рішення, пов'язані з формуванням каналів розподілу. Етапи формування каналів розподілу. Обґрунтування потреби у формуванні каналів розподілу 10 продукції. Формування цілей каналу розподілу підприємства. Оцінка і вибір |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | каналу розподілу. Розв'яжіть тести. |
|--|--|--|--|--|

3 Критерії оцінювання результатів навчання Нарахування балів за виконання змістових модулів

| Вид роботи, що підлягає контролю | Оцінні бали | | Форма навчання | | | | | |
|---|-------------|---------|-----------------------|--------------|-----|-----------------------|--------------|-----|
| | min д/з | max д/з | денна | | | заочна | | |
| | | | Кільк. робіт, одиниць | Сумарні бали | | Кільк. робіт, одиниць | Сумарні бали | |
| 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 | | 6 | 7 |
| Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти маркетингової політики розподілу | | | | | | | | |
| Робота на лекціях | 0,5 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| Робота на практичних заняттях | 1 | 2 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 |
| Самостійна робота | 6 | 9 | 2 | 12 | 18 | 4 | 24 | 36 |
| Виконання індивідуальних завдань | 6 | 10 | 1 | 6 | 10 | 1 | 6 | 10 |
| Проміжна сума | | | | 24 | 40 | | 36 | 58 |
| Модульний контроль у поточному семестрі | | | 1 | 30 | 50 | 1 | 24 | 42 |
| Контроль результатів дистанційного модулю | 6 | 10 | – | 6 | 10 | | | |
| Оцінка за змістовий модуль 1 | | | | 60 | 100 | | 60 | 100 |
| Змістовий модуль 2. Видові аспекти маркетингової політики розподілу | | | | | | | | |
| Робота на лекціях | 0,5 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| Робота на практичних заняттях | 1 | 2 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 |
| Самостійна робота | 9 | 15 | 2 | 18 | 30 | 2 | 18 | 30 |
| Виконання індивідуальних завдань | 6 | 8 | 1 | 6 | 8 | 1 | 6 | 8 |
| Проміжна сума | | | | 30 | 50 | | 30 | 50 |
| Модульний контроль у поточному семестрі | | | – | 30 | 50 | | 30 | 50 |
| Оцінка за змістовий модуль 2 | | | | 60 | 100 | | 60 | 100 |
| Можливість отримання додаткових балів | | | | | | | | |
| Рейтинг за творчі здобутки студентів (у тому числі результатів неформальної освіти) | 0 | 10 | – | 0 | 10 | – | 0 | 10 |

Критерії оцінювання до модульних контрольних робіт

Модульні контрольні роботи складаються з відповідей на 2 теоретичні питання та розв'язання однієї задачі.

Таблиця 1

Загальні критерії оцінювання

| № з/п | Вид роботи | Максимальний бал | Пояснення до нарахування балів |
|-------|------------|------------------|--------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |

| | | | |
|---|---|----|--|
| 1 | Відповіді на теоретичні питання (2 питання) | 20 | За надану повну обґрунтовану відповідь на два питання (максимальний бал – 10 балів за кожну відповідь) |
| 2 | Відповіді на тести | 30 | 30 тестів по одному балу за кожний тест |
| | Разом | 50 | |

Таблиця 2

Критерії оцінювання відповідей на теоретичні питання

| Розподіл балів за відповіді на теоретичні питання | Критерії оцінювання відповідей |
|---|---|
| 10-8 | за умови, якщо студент показав глибокі знання, чітко, грамотно, логічно і послідовно його викладає; вільно оперує термінологією, знайомий із законодавчими та нормативними документами, вмів аналізувати ситуацію та має альтернативні погляди на викладений матеріал |
| 7-5 | за умови, якщо студент має тверді знання, грамотно і по суті викладає відповіді на поставленні питання, не допускає грубих помилок при відповіді на них, але не повністю розкриває зміст |
| 4-3 | за умови, якщо студент знає теоретичний матеріал на рівні репродуктивного відтворення, але не надає належної оцінки процесів та явищ, не чітко формулює категорії та допускає незначні помилки при відповідях |
| 2-0 | за умови, якщо студент при відповіді допускає суттєві помилки, матеріал викладає не послідовно, з припущенням неточностей у формулюваннях та відсутності термінології |

4. Інформаційні ресурси

1. Безугла Л.С., Перезовова І.В., Лагодієнко В.В., Ільченко Т.В., Неміш Ю.В.. Маркетингові системи розподілу : навч. посіб. – Дніпро: Пороги, 2022. 243 с.
2. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст] : кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар ; відп. секретар О. В. Євтушок ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с.
3. Лагодієнко В.В., Басюркіна Н. Й., Турленко Н. В. Механізми формування та функціонування регіональних агромаркетингових систем. Бизнес Информ, no. 8 (511), 2020, pp. 260-265.
4. Сенишин, О. С. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. — Львів, 2020.
5. Обґрунтування маркетингової стратегії розвитку аграрного підприємства ринкового типу [Текст] / О. В. Євтушок, О. Л. Ліпова, В. В. Бахчиванжи // Економіка харчової промисловості : наук. журн. — 2018. — Т. 10, № 1. — С.54-63
6. Маркетингова стратегія виведення на ринок інноваційного продукту. В. В. Лагодієнко, О. М. Голодонюк, В. В. Мільчева // Економіка харчової промисловості : наук. журн. 2018. Т. 10, № 2. С. 40-49
7. Нікішина, О. В. Маркетинговий вимір механізмів логістичної взаємодії у ланцюгах товарних ринків. Економіка харчової промисловості : наук. журн. 2021. Т. 13, № 2. С. 39-49.
8. Лагодієнко В.В., Голодонюк О.М., Мільчева В.В. Маркетингова стратегія

виведення на ринок інноваційного продукту. Економіка харчової промисловості. Т.10, Вип. 2. – 2018. – С. 40-50.