МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»

Мова навчання – ***українська***

Шифр та найменування галузі знань ***D «Бізнес, адміністрування та право»***

Код та найменування спеціальності ***D7 «Торгівля»***

Освітньо-наукова програма ***Підприємництво та торгівля***

Ступінь вищої освіти ***доктор філософії***

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності ***D7 «Торгівля»***
від 31.08.2026 року протокол №1

Реєстраційний номер у відділі аспірантури та докторантури

23-D7-2026A

1. Загальна інформація



Кафедра: Бізнесу і торгівлі

Викладач: **Лагодієнко Володимир Вікторович,** професор кафедри бізнесу і торгівлі , доктор економічних наук, професор

Контакти:
volodymyr@wiktoriya.com
0950835562

Профайл

Освітній компонент викладається на *2* курсі у *2* семестрі
Кількість: кредитів - 6, годин – 180

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	90	40	50
заочна	36	14	22
Самостійна робота, годин	Денна -90		Заочна – 144

Розклад занять

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент «Маркетингова політика розподілу» є обов'язковою складовою освітньо-професійної програми «Підприємництво торгівля та біржова діяльність». Аспіранти отримують теоретичні знання щодо сутності розподілу та збуту продукції, її основних видів та особливостей здійснення. Тому запропонований курс є важливим для формування висококваліфікованого фахівця у сфері маркетингу.

3. Мета освітнього компоненту

Метою дисципліни «Маркетингова політика розподілу» є вивчення аспірантами можливих каналів розподілу товарів (послуг): їх функцій, структури, тенденцій розвитку, рішень щодо управління, а також відпрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань щодо розподілу продукції.

Основним завданням є 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.

Згідно з вимогами освітньої програми в результаті вивчення дисципліни «Методологія розробки маркетингових стратегій» здобувач освіти повинен:

знати:

– мету та основні завдання маркетингової політики розподілу;
- різновиди внутрішніх структур каналів розподілу;
– види маркетингових посередників та вимоги до їх відбору;
– критерії та методику вибору каналів розподілу;
– особливості маркетингової логістики;
– сучасні тенденції у розвитку каналів розподілу.

уміти:

– враховуючи стан економічного розвитку і специфіку діяльності суб'єкта господарювання, обґрунтовано оцінювати і вибирати найефективніші канали розподілу;

– застосовувати маркетингові інструменти при формуванні системи товароруху і механізмів використання каналів розподілу;

– визначати оптимальний рівень витрат у процесі товарного руху;

– ефективно управляти та обґрунтовано застосовувати необхідні напрямки удосконалення системи товароруху;

– виявляти та аналізувати фактори, що впливають на вибір каналу розподілу;

– на основі визначених критеріїв здійснювати оптимальний вибір структури і форми каналу розподілу;

– визначати стратегії маркетингових каналів при формуванні маркетингової політики розподілу;

– підібрати оптимальний вид транспорту для збуту продукції;

– визначити необхідний розмір запасів товарів на складах виробника, необхідну кількість та види складів;

– застосовувати контролінг маркетингової політики розподілу та визначати ефективність обраних каналів розподілу;

– розробляти ефективну стратегію розподілу і тактику її реалізації.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «Методологія наукових досліджень» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в Стандарті вищої освіти зі спеціальності 076 Підприємництво та торгівля, та освітньо-науковій програмі "Підприємництво та торгівля" підготовки докторів філософії.

Інтегральна компетентність

ІК. Здатність продукувати нові ідеї, розв’язувати комплексні проблеми у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних і створення нових цілісних знань та/або професійних практик, застосовувати новітні методології наукової, педагогічної, професійної діяльності, здійснювати власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

Загальні компетентності:

ЗК02 Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК 03. Здатність працювати автономно

ЗК04 Здатність до міжособистістної взаємодії

ЗК 05. Здатність розробляти та управляти проектами.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК01 Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження на відповідному рівні, досягати наукових результатів, які можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях, впроваджені у практичну діяльність, що створюють нові знання у підприємницьких, торговельних та біржових структурах та/або дотичних до них міждисциплінарних напрямках.

СК02 Здатність продукувати, обґрунтувати нові ідеї, гіпотези і моделі, та приймати науково обґрунтовані рішення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК05 Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасних теорій, методологій, об’єктів досліджень й практик із застосуванням системного підходу до врахування неекономічних аспектів з різних галузей знань у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК06 Здатність застосовувати сучасні інформаційно – комунікативні технології (інформаційні системи, хмарні технології, комунікаційні технології передачі та обміну інформацією), прилади та обладнання (в тому числі комп’ютерна техніка, апаратно-програмне забезпечення), необхідні для виконання інноваційної науково – дослідної, педагогічної, професійної діяльності в підприємницьких, торговельних та біржових структурах.

СК 08 Здатність забезпечувати підготовку бізнес – проєктів, координувати підготовку проектних пропозицій щодо фінансування та реєстрації наукових розробок.

Програмні результати навчання:

РН03. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема, статистичні, економіко-математичні методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційно-комунікативні технології, прилади та обладнання.

РН04. Розробляти та досліджувати концептуальні, математичні, комп'ютерні моделі процесів і систем, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, а також у дотичних міждисциплінарних напрямах

РН05. Застосовувати сучасні методи та інструменти наукових досліджень та інноваційної діяльності для отримання нових знань та/або розв'язання комплексних проблем у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, а також у дотичних міждисциплінарних напрямах.

РН07. Аналізувати та оцінювати стан, тенденції розвитку підприємництва, торгівлі, біржової діяльності, застосовувати сучасні методології, методи та інструменти для вирішення актуальних проблем у професійній практиці.

РН08. Формулювати та перевіряти гіпотези, використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, актуальні літературні та інформаційні джерела, результати теоретичного аналізу, моделювання, експериментальних досліджень

РН09. Планувати і виконувати теоретичні та/або емпіричні дослідження з використанням сучасних методів й інструментів, здійснювати критичний аналіз результатів власних або сторонніх досліджень у контексті усього комплексу сучасних знань щодо проблем у сфері підприємництва, торгівлі, біржової діяльності та дотичних міждисциплінарних напрямів, з дотриманням норм академічної і професійної етики.

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

Тема	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
Змістовний модуль 1. Теоретичні аспекти маркетингової політики розподілу			
1	Сутність маркетингової політики розподілу	6	2
2	Канали розподілу та їх характеристика	6	2
3	Особливості маркетингової політики розподілу в системах прямого та інтерактивного маркетингу	4	2
4	Конкурентні відносини та конфлікти в каналах розподілу	4	2
Змістовний модуль 2. Видові аспекти маркетингової політики розподілу			
6	Гуртова торгівля в системі розподілу	4	2
7	Роздрібна торгівля в системі розподілу	4	
	Оптимізація управління системою розподілу продукції	4	2
8	Сучасні технології маркетингової політики розподілу	4	1
9	Маркетингова логістика в системі розподілу	4	1
Разом за ОК:		**40**	**14**

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної/лабораторної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Сутність корпоративних стратегій оптовика	8	3
2	Сутність бізнес-стратегій роздрібних підприємств	6	3

3	Сутність комунікаційних стратегій впливу на посередник	6	3
4	Напрями формування збутової політики фірми	6	3
5	Методику оптимізація складу та кількості каналів товарорух	6	3
6	Сутність АВС-аналізу, що застосовується для відбору найбільш ефективних каналів товароруху	6	3
7	Сутність поняття «управління збутовим каналом»	6	2
8	Методи, що застосовуються на різних етапах персонального продажу	6	2
Всього за ОК:		**50**	**22**

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	*Тема:* Сутність і значення маркетингової політики розподіл 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.	14	22
2	*Тема:* Канали розподілу товарів: поняття, характеристики та різновиди 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.	14	22
3	*Тема:* Канал розподілу в інтегрованих системах Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1.Розкажіть про переваги використання багатоканальних маркетингових систем. 2.Які існують недоліки використання багатоканальних маркетингових систем? Розв'яжіть тести.	14	20
4	*Тема:* Гуртові посередники у каналах розподілу продукції 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.	14	20
5	*Тема:* Роздрібні посередники у каналах розподілу товарів 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.	14	20
6	*Тема:* Маркетингова політика розподілу на промисловому підприємстві Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді: 1. Організація системи розподілу на промисловому підприємстві.	10	20

	Функції розподілу на промисловому підприємстві. Комерційний, канальний 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	*Тема:* Оптимізація систем розподілу продукції 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 продукції. Формування цілей каналу розподілу підприємства. Оцінка і вибір каналу розподілу. Розв'яжіть тести.	10	20
Всього за ОК:		**90**	**144**

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- тестування знань здобувачів за темами;
- виконання і захист практичних робіт;
- усне опитування.
- підготовка доповідей,повідомлень.

Підсумковий контроль – ***диференційний залік.***

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	Денна	Заочна
Змістовний модуль 1. Теоретичні аспекти маркетингової політики розподілу		
Лекційний курс *	0	0
Практичні роботи*	25	25
Самостійна робота*	10	10
Доповіді	15	15
Всього за змістовний модуль 1	**50,0**	**50,0**

Змістовний модуль 2. Видові аспекти маркетингової політики розподілу		
Лекційний курс *	0	0
Практичні роботи*	25	25
Самостійна робота*	10	10
Доповіді	15	15
Всього за змістовний модуль 2	**50,0**	**50,0**
Всього	**100,0**	**100,0**

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 Положення про порядок перезарахування результатів навчання (навчальних дисциплін) в Одеському національному технологічному університеті.

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів

Практичні роботи (оцінювання однієї роботи)

4,5 - 5 балів	Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді	відмінно
4,0 - 4,4 балів	Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності	дуже добре
3,5 – 3,9 балів	Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки	добре
2,1 – 3,4 балів	Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки	достатньо
0-2 балів	Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

Самостійна робота (за один модуль згідно відсотку виконання)

9,0-10,0	*90 - 100 %*	відмінно
8,0 -8,9	*74 – 89%*	дуже добре
7,0 – 7,9	*60 – 73%*	добре
5,0 – 6,9	*35 – 59 %*	достатньо
0 – 4,9	*0-35 %*	незадовільно

Підготовка доповідей з презентаціями (оцінка за одну доповідь, планується 3 доповіді на один модуль)

4,1-5,0	Доповідь підготовлена на актуальну тематику, має якісну презентацію та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді на поставлені запитання	відмінно
3,1 -4,0	Доповідь підготовлена, має презентацію, при відповіді на питання допущені неточності	дуже добре
2,1 – 3,0	Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання неповні, допущені помилки	добре
1,1 – 2,0	Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання незадовільні, допущені грубі помилки	достатньо
0 – 1	Доповідь підготовлена на низькому рівні або відсутня	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття: Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально-демонстративний метод, проблемний виклад.

Практичні заняття: аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, , тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань)

Самостійна робота: робота з навчально-методичними матеріалами, реферування, конспектування, підготовка доповідей, розв'язання тестів.

8.Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Безугла Л.С., Перевозова 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. Нікішина, О. В. Маркетинговий вимір механізмів логістичної взаємодії у ланцюгах товарних ринків. Економіка харчової промисловості : наук. журн. 2021. Т. 13, № 2. С. 39-49.

Додаткові:

1. Офіційний веб-портал «Законодавство України» https://zakon.rada.gov.ua/laws
2. Урядовий портал https://www.kmu.gov.ua/
3. Офіційний веб-портал Міністерства юстиції України https://minjust.gov.ua/
4. Лагодієнко, В., Іванченкова, Л., & Лагодієнко, О. (2022). Вибір методології наукового дослідження.. *Підприємництво та інновації*, (25), 133-137. https://doi.org/10.32782/2415-3583/25.23
5. Савченко Т. В., Лагодієнко В. В., Басюркіна Н. Й. Особливості формування маркетингових стратегій розвитку регіональних ринків. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 4. С. 268 – 273.

9.Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, Корпоративному кодексу ОНТУ, Кодексу академічної доброчесності ОНТУ, Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ, Положення про порядок перезарахування результатів навчання (навчальних дисциплін) в ОНТУ, вимог ISO 9001:2015 та роботодавців

Викладач ПІДПИСАНО Володимир ЛАГОДІЄНКО

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнесу і торгівлі

Протокол №1 від 31.08.2026 року

Завідувач кафедри ПІДПИСАНО Наталія БАСЮРКІНА

ПОГОДЖЕНО:
Гарант
ОНП «Підприємництво та торгівля»,
д.е.н., професор ПІДПИСАНО Наталія БАСЮРКІНА