

1

ПрАТ «ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ»

Навчально-науковий інститут управління,
економіки та бізнесу



Кафедра маркетингу

Затверджую:

Директор ННУЕБ

 Семенець-Орлова І. А.
"2" серпня 2024 р.

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 1 від 30 серпня 2024р.

Завідувач кафедри  Даций О.І.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингова політика розподілу

спеціальності: _____ 075 Маркетинг

освітнього рівня _____ другий (магістерський) рівень

освітньо-професійної програми: _____ Маркетинг і рекламна діяльність

Київ МАУП 2024

Розробник програми навчальної дисципліни:

Мазур Юлія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу

Викладач: *Мазур Юлія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу*

Силабус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри маркетингу (протокол № 1 від 30.08. 2024 р)

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу (протокол № 6 від 03.09 2024 р)

Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва навчальної дисципліни	Маркетингова політика розподілу
Шифр та назва спеціальності	075 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	обов'язкова
Кількість кредитів і годин	4 кредити/ 120 годин Лекції - 20 Семінарські заняття - 14 Самостійна робота - 86
Терміни вивчення	1 семестр
Мова викладання	українська
Вид підсумкового контролю	залік
Сторінка дисципліни на сайті	http://portal.iapm.edu.ua/portal/student.jsp

	Мазур Юлія Володимирівна
	Кандидат економічних наук
	Доцент
	Доцент кафедри маркетингу
Дисципліни, які викладає НПП	інфраструктура товарного ринку, ефективність збутової діяльності, маркетингова політика розподілу, управління збутовими комунікаціям, комерційна діяльність посередницьких підприємств
Напрями наукових досліджень	Роль вищої освіти у розвитку національної економіки, діяльність у сфері маркетингу та інтелектуальної власності.
Посилання на реєстри ідентифікаторів для науковців	https://orcid.org/0000-0002-4728-4640 https://scholar.google.com.ua/citations?user=y_n7_WcIAAAAJ&hl=uk&oi=sra
Назва дисципліни	Маркетингова політика розподілу
Контактна інформація викладача	

E-mail:	gy_89@ukr.net
контактний телефон.	-
Телефон кафедри	+38 (044) 490-95-00
Портфоліо викладача	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiya/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-marketingu/mazur.html

Структура курсу

Анотація курсу: Зміст політики розподілу полягає у виборі оптимальної схеми доставки продуктів від виробника до споживача (напрямку або через посередників), у її реалізації (транспортуванні, зберіганні, обробленні вантажів), а також у післяпродажному (сервісному) обслуговуванні споживачів. Якщо взяти до уваги факт еволюційно-концептуального розвитку маркетингу, то початок та підвалини маркетингової політики розподілення можна знайти в ідеології обґрунтування збутової концепції маркетингу.

Предметом дисципліни є процес руху товарно-матеріальних ресурсів каналами розподілу.

Мета вивчення дисципліни: формування системи науково-теоретичних і практичних знань про методи дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форми і методи роботи посередників у каналах, методологічні та методичні питання вибору і ведення політики розподілення в умовах конкуренції.

Завдання навчальної дисципліни: вивчення сутності та значення маркетингової політики розподілу; освоєння сутності, форм і методів організації роботи посередників та управління товарним рухом; вивчення сутності формування і функціонування каналів розподілу; набуття навичок підвищення ефективності діяльності посередників та оптимізації витрат у процесі товарного руху; освоєння економічної сутності, організаційних основ розподілу, збутової діяльності на промисловому підприємстві; вивчення оптової та роздрібною торгівлі в каналах розподілу; освоєння правових основ та організації системи державних закупівель та державних замовлень; дослідження процесу формування оптимального каналу розподілу та освоєння методів оцінки результатів його діяльності.

Пререквізити: Курс «Маркетингова політика розподілу» безпосередньо пов'язаний з дисциплінами: «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Промисловий маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку», «Логістика», «Маркетинговий менеджмент». тощо.

Загальні компетентності (за вимогами НРК)

ЗК – 4, 5, 6	Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.
--------------	--

Професійні компетентності магістра за спеціальністю 075 Маркетинг спеціалізація «Маркетинг і рекламна діяльність»

ФК – 3, 5, 6, 8, 9	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління
--------------------	--

	маркетинговою діяльністю. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.
--	--

Зміст навчальної дисципліни

№	Курс <u>1</u> Семестр <u>1</u> Обсяг в кредитах ЄКТС/ Всього годин у семестрі <u>4/120</u> Назва теми	Кількість годин, з них				
		Лекції (Л)	Семінар. зан.	Практ. лаб. зан. (ПЗ, ЛЗ)	Інд.- конс. Роб. (ІКР)	Сам. роб. студ. (СРС)
<i>Змістовий модуль 1. Сутність та основні види розподілу</i>						
1.	Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу	2	2			8
2.	Тема 2. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	2	2			8
3.	Тема 3. Розподіл на промисловому підприємстві	2	-			10
4	Тема 4. Оптова і роздрібна торгівля в каналах розподілу	2	2			8
5	Тема 5. Державна закупівля та державне замовлення	2	2			8
<i>Змістовий модуль 2. Управління розподілом на підприємстві</i>						
6	Тема 6. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	2	-			10
7	Тема 7. Вибір оптимального каналу розподілу	2	2			8
8	Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу	2	2			8
9	Тема 9 Управління товарним рухом	2	2			8
10	Тема 10.. Розподіл і маркетингова логістика	2	-			10
	Разом годин 120	20	14			86

Технічне й програмне забезпечення /обладнання – мультимедійний проектор та комп'ютер для проведення аудиторних занять, доступ студентів до Інтернету; програми та сервіси для перевірки оригінальності текстів (Plagiatius, Antiplagiat, Strikeplagiarism.com)\

Форми і методиконтролю:

Зміст дисципліни: Курс складається з двох змістових модулів. Кожен модуль, у свою чергу, складається з лекційної та семінарської/практичної частин:

Змістовий модуль 1. Сутність та основні види розподілу (лекції заняття - теми 1-5) (семінарські теми 1,2,4,5)

Змістовий модуль 2. Управління розподілом на підприємстві (лекції заняття - теми 6-10) (семінарські - теми 7,8,9.)

Основними видами навчальних аудиторних занять є **лекції, семінарські заняття, консультації.**

При викладанні **лекційного матеріалу** передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як лекції-візуалізації, проблемні лекції, бінарні лекції, лекції – консультації.

Лекція-візуалізація - це візуальна форма подачі лекційного матеріалу засобами ТЗН або аудіовідеотехніки (відео-лекція).

На **проблемній лекції**, новий теоретичний матеріал подається як невідоме, яке слід відкрити, вирішивши проблемну ситуацію.

Бінарна лекція передбачає викладення матеріалу у вигляді діалогу двох викладачів.

Особливістю **лекції – консультації** є те, що студентам попередньо роздають розгорнуті конспекти або опорні конспекти лекції, а під час її проведення відповідають на виниклі запитання.

Семінарські/практичні заняття проводяться у формі експрес-опитування студентів, усного опитування, тестування, «мозкового штурму», обговорення ситуаційного завдання). Під час семінарських занять студенти виконують усні та письмові завдання, виступають з доповідями і презентаціями, займаються складанням конспекту, тез, анотацій; написанням і захистом рефератів; рецензуванням; виконанням індивідуальних творчих завдань; складання схем, таблиць тощо розробкою інтелектуальних карт ((критерії оцінювання див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.3.)).

Оцінювання знань здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (<https://drive.google.com/file/d/1ENRncPY-dU2qLke7awVKn1OdfG88Hg8D/view>).

Система оцінювання навчальних досягнень

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	5	5	5	5
Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3
Робота на семінарському занятті	5	4	15	3	15
Виконання завдань для самостійної роботи	5	5	25	2	25
Виконання модульної роботи	20	1	20	1	20
Виконання ІНДЗ	-	-	-	-	-
Разом	-		69	-	68
Максимальна кількість балів: 137					
137:100=1,37. Студент набрав X балів; розрахунок: $X:137 =$ загальна кількість балів.					

Політика курсу: передбачає

- Роботу в команді.
- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності (Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі аспіранта - відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату).
- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.
- Уся література, яку аспіранти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти

заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Самостійна робота включає дослідження електронних джерел, пошук друкованих публікацій (наукові праці, статті у періодичних виданнях, документи, офіційні звіти, статистичні матеріали, законодавчі та інші нормативно-правові акти за дисципліною).

Критерії оцінювання:

- змістовність – 3 бали;
- відповідність темі та вимогам оформлення – 2 бали.

Максимальна кількість балів за самостійну роботу – 5 балів.

Форми проведення поточного, рубіжного (модульного) контролю та критерії оцінювання.

Поточний контроль відбувається впродовж вивчення дисципліни на семінарських заняттях у формі: семінарів-круглих столів та семінарів з індивідуальною роботою. Під час поточного контролю оцінюються такі компоненти:

- повнота відповіді – 3 бали;
- аналіз різних поглядів, джерел літератури, підходів до вивчення проблеми (питання) – 5 балів;
- вільне володіння інформацією, відповіді на додаткові запитання – 2 бали.

Максимальна кількість балів - 10 балів.

Рубіжний (модульний) контроль відбувається в кінці вивчення блоків змістових модулів і здійснюється у вигляді виконання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації за тематикою *самостійного вивчення матеріалу* відповідного змістового модуля (5 хв. зі слайдами). Тематика завдань вибирається аспірантом у прив'язці до теми наукового дослідження і в кінцевому випадку має слугувати розширенню знань, навиків та можливостей, необхідних для написання дисертації. Під час рубіжного (модульного) контролю оцінюються такі компоненти:

- слайди до презентації – 5 балів
- повнота розкриття теми, висвітлення сучасної проблематики, аналіз різних концепцій, підходів, ідей – 5 балів
- якість оформлення бібліографічних даних, науковий стиль – 5 балів
- самостійність та креативність – 5 балів

Максимальна кількість балів - 20 балів.

Шкала відповідності оцінок

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
60-67	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

Рекомендовані джерела (література):

Основна (базова):

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 612 с.

2. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: навч. посібник / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. — К.: Центр учбової літератури, 2016. 240 с.
3. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств : монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 462 с
4. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу : навч. посібник. Київ : ДУТ, 2019. 262 с. URL : <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703> (дата звернення: 21.01.2020)
5. Гречуха А.О. Складові сучасної маркетингової політики розподілу продукції підприємства [Електронний ресурс] / А.О. Гречуха // Економіка і суспільство. – 2016. – № 4. – С. 132-137. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/4_ukr/20.pdf.
6. Кисильова Є. Н. Організація комерційної діяльності по галузях та сферах застосування / Є.Н. Кисильова. – К. : Кондор, 2014. – 292 с.
7. Крикавський Є.В. Маркетингова політика розподілу: Навч. посібник / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, А. Чубала. — 2-ге вид., зі змінами. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. — 260 с. — (серія «Світ маркетингу і логістики». — Вип. 1)
8. Одарченко А.М. Аналіз збутової політики підприємства та рекомендації щодо її удосконалення [Електронний ресурс] / А.М. Одарченко, М.С. Одарченко // Scientific Journal «ScienceRise». – 2015. – № 2/3 (7). – С. 70-73. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/text_2015_2%283%29_14.
9. Олексенко, Л. В. Маркетингова політика розподілу [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Л. В. Олексенко. - Київ : Ліра-К, 2018. - 467 с.

Додаткова:

1. Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій / В.А. Фалович та ін. ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль : ФО-П Шпак В.Б., 2019. 231 с.
2. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. Посібник. – К.: КНТЕУ, 2011. – 380 с.
3. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н.В. Карпенко. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 251 с.
4. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. – К. «ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.
5. Маркетингові технології в умовах інноваційного розвитку економіки : монографія / за ред.. С.В.Ковальчук.- Хмельницький : ТОВ «Поліграфіст -2». 2011. – 322с.Огілви Д. О рекламе. – М: Эксмо, 2007.-198 с.
6. Романова Л.В. Аграрний маркетинг як важливий інструмент розвитку аграрного виробництва та сільських територій// Наукові праці МАУП//редкол.: А.М.Подоляка (голов. Ред.) [та ін.].- К.МАУП, 2001. вип.45 (2-2015). – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.– с. 73-79.
7. Романова Л.В. Ключові компетенції як важлива стратегічна складова конкурентоспроможного маркетингового потенціалу промислових підприємств // Наукові праці МАУП/ /редкол.: А.М.Подоляка (голов. Ред.) [та ін.].- К.МАУП, 2001. вип. 3 (46). – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.

Електронні ресурси

1. Інформаційні ресурси 1. www.rada.gov.ua/ Сервер Верховної Ради України
2. <http://quality-rating.org.ua/ru/main> Національний рейтинг товарів і послуг;
3. <http://www.ukrndnc.org.ua/index.php> Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості;
4. http://prodobavki.com/legacy_documents/ Сайт огляд харчових добавок.
5. <http://www.klubok.net/> Спеціалізований ресурс по управлінню якістю.

V. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «Маркетингова політика розподілу»

Разом: 120 год., з них 20 год. – лекції, 14 год. – семінарські заняття; самостійна робота – 86 год., модульний контроль – 4 год.

Кількість балів за семестр	137 балів									
Модулі	Змістовий модуль I					Змістовий модуль II				
Назва модуля	<i>Сутність та основні види розподілу (69 балів)</i>					<i>Управління розподілом на підприємстві (68 балів)</i>				
Лекції	1 (1 бал)	2 (1 бал)	3 (1 бал)	4 (1 бал)	5 (1 бал)	6 (1 бал)	7 (1 бал)	8 (1 бал)	9 (1 бал)	10 (1 бал)
Теми лекцій	Сутність і значення маркетингової політики розподілу	Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	Розподіл на промисловому підприємстві	Оптова і роздрібна торгівля в каналах розподілу	Державна закупівля та державне замовлення	Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	Вибір оптимального каналу розподілу	Конкуренція в каналах розподілу	Управління товарним рухом	Розподіл і маркетингова логістика
Семінарські заняття	1 (6 балів)	2 (6 балів)	3 (6 балів)	4 (6 балів)	5 (6 балів)	6 (6 балів)	7 (6 балів)	8 (6 балів)	9 (6 балів)	10 (6 балів)
Теми семінарських занять	Сутність і значення маркетингової політики розподілу	Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	Розподіл на промисловому підприємстві	Оптова і роздрібна торгівля в каналах розподілу	Державна закупівля та державне замовлення	Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	Вибір оптимального каналу розподілу	Конкуренція в каналах розподілу	Управління товарним рухом	Розподіл і маркетингова логістика
Самостійна робота	1 (5 балів)	2 (5 балів)	3 (5 балів)	4 (5 балів)	5 (5 балів)	6 (5 балів)	7 (5 балів)	8 (5 балів)	9 (5 балів)	10 (5 балів)
Поточний контроль	Модульна контрольна робота №1 (20 балів)			Модульна контрольна робота №2 (20 балів)						
Підсумковий контроль	Розрахунковий коефіцієнт: 1,37									

