



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»



Галузь знань			07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень		бакалавр	
Спеціальність			075 «Маркетинг»		Семестр		7	
Освітньо-професійна програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Обов’язкова циклу професійної підготовки	
Факультет			Економіки і менеджменту		Кафедра		Менеджмент	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
			5	150	30	-	30	-

ВИКЛАДАЧІ

Шашко Вікторія Олександрівна, shashko_vika@ukr.net



Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.

Досвід роботи - більше 25 років.

Автор понад 70 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 7 монографій з актуальних проблем економіки та управління.

Провідний лектор з дисциплін: «Операційний менеджмент», «Теорія організацій», «Менеджмент промислового підприємства», «Організація підприємницької діяльності», «Організація виробництва», «Project Management», «Маркетингова політика розподілу»

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	«Тренінг з організації командної роботи», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Логістика»
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота бакалавра

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми	
Soft- skills / Загальні компетентності	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації. СК4. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними. СК5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – Р)	
Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р19. Реалізовувати функції маркетингу в умовах промислового виробництва та B2B-ринку.	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Анотація	Система збуту товарів – ключова ланка маркетингу і свого роду фінішний комплекс в усій діяльності фірми щодо створення, виробництва і доведення товару до споживача. Власне, саме тут споживач або визнає, або не визнає всі зусилля фірми корисними і потрібними для себе і, відповідно, купує або не купує її продукцію і послуги. За сучасних умов управління збутом є одним з вагомих чинників успішного функціонування будь-якого підприємства. Навчальна дисципліна «Маркетингова політика розподілу» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».
Мета	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 й ведення політики розподілу в умовах конкуренції.
Формат	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – залік (очний, дистанційний формат).

«Правила гри»	- Курс передбачає роботу в колективі. - Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Політика щодо дедлайнів та перескладання - Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. - Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. - Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. - Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. - Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті. - За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів. Політика академічної доброчесності - Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.		

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1	Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу	Практичне заняття 1	<i>Заняття 1</i> (семінар). Сутність і значення маркетингової політики розподілу	Самостійна робота	Які основні завдання маркетингової політики розподілу? Які різновиди каналів розподілу існують? Як визначити оптимальну стратегію розподілу для продукту чи послуги? Які фактори впливають на вибір каналів розподілу? Які переваги та недоліки прямого та непрямого розподілу? Як оцінювати ефективність дистриб'юційної стратегії? Як управляти логістикою в контексті маркетингової політики розподілу? Які інструменти і техніки використовуються для управління каналами розподілу? Як здійснюється вибір та управління дистриб'юторами? Як впливає глобалізація на маркетингову політику розподілу? Як вирішити проблеми координації між учасниками каналу розподілу? Як визначити оптимальний рівень запасів в каналі розподілу? Як впливає цифрова трансформація на стратегії розподілу? Як оцінювати конкурентну ситуацію в каналах розподілу? Які тенденції розвитку ринків розподілу в сучасних умовах?
Лекція 2, 3	Тема 2. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	Практичне заняття 2, 3	<i>Заняття 2</i> (семінар) Товарний рух і механізми використання каналів розподілу <i>Заняття 3</i> (практичне заняття, комплексна розрахункова робота)		
Лекція 4, 5	Тема 3. Управління товарним рухом	Практичне заняття 4, 5	<i>Заняття 4</i> (семінар) Управління товарним рухом <i>Заняття 5</i> (практичне заняття, комплексна розрахункова робота)		
Лекція 6, 8, 8	Тема 4. Розподіл на промисловому підприємстві	Практичне заняття 6, 7	<i>Заняття 6</i> Розподіл на промисловому підприємстві (практичне заняття, комплексна розрахункова робота) <i>Заняття 7</i> (контрольна робота) Теми 1-3		
Лекція 9	Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу	Практичне заняття 8, 9	<i>Заняття 8</i> (семінар) Оптова торгівля в каналах розподілу <i>Заняття 9</i> (практичне заняття, комплексна розрахункова робота)		
Лекція 10	Тема 6. Державна закупівля та державне замовлення	Практичне заняття 10, 11	<i>Заняття 10</i> (семінар) Державна закупівля та державне замовлення <i>Заняття 11</i> (практичне заняття, комплексна розрахункова робота)		
Лекція 11, 12	Тема 7. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	Практичне заняття 12	<i>Заняття 12</i> (семінар) Вибір маркетингової політики і каналів розподілу		
Лекція 13	Тема 8. Вибір оптимального каналу розподілу	Практичне заняття 13	<i>Заняття 13</i> (семінар) . Вибір оптимального каналу розподілу. Захист комплексної розрахункової роботи		
Лекція 14	Тема 9. Конкуренція в каналах розподілу	Практичне заняття 14	<i>Заняття 14 (семінар)</i> Конкуренція в каналах розподілу		
Лекція 15	Тема 10. Розподілення і маркетингова логістика	Практичне заняття 15	<i>Заняття 15</i> (контрольна робота) Теми 4-10		

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних.

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;

Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2264>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література	1. Закон України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти» // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 20. 2. Агєєв С.Я., Чепінога В.І. Маркетинг: від простого до складного (запитання і відповіді): Навч. посіб. – Львів: Новий світ-2000, 2005. – 352 с. 3. Азарян О.М. Маркетинг: Підручник. – К.: Студцентр, 2003. – 320 с. 4. Андреева О.Д. Технология бизнеса: Маркетинг: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2000. – 224 с. 5. Балабанова Л.В., Германчук А.М. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 288 с. 6. Кальченко А.Г. Логістика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2006. – 284 с. 7. Пелішенко В.П. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 200 с. 8. Крикавський Є.В. Логістика. Для економістів [Текст] : підручник. – Львів: Львівська політехніка, 2004. – 448 с. – 500 пр. – ISBN 966 – 553 – 273 – 1.	Додаткові джерела	1. Голошубова Н.О. Організація торгівлі [Текст] : підручник. – К. : Книга, 2004. – 560 с. – 1000 пр. – ISBN 966 – 8314 – 11 – 5. 2. Дуткевич Т.В. Конфліктологія з основами психології управління [Текст] : навч. посіб. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 456 с. – 1000 пр. – ISBN 966 – 364 – 024 – 3.. 3. Організація торгівлі [Текст] : підручник / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький та ін. ; ред. В.В. Апопій. – 2-ге вид., переробл. та доповн. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с. – ISBN 966 – 364 – 067 – 7. 4. Тридід О.М., Таньков К.М. Логістичний менеджмент [Текст]: навч. посіб. / ред. О.М. Тридід. – Х.: Інжек, 2005. – 224 с. – 1500 пр. – ISBN 966 – 8515 – 71 – 4.
--------------------	--	-------------------	--

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Комплексна розрахункова робота	43	81 - 89	B	добре	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Тестування за темами курсу	9*3=27	75 - 80	C		Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Контрольна робота №1	10	65 - 74	D	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
		55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Контрольна робота №2	10	30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Підсумкове тестування	10	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Вид навчальних занять та контролю	Розподіл між навчальними тижнями															Вид підсумкового семестрового контролю
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Лекції	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	ЗАЛІК
Практ. заняття	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Сам. робота	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
Консультації				Конс						Конс						
Поточний контроль	ВК УО	УО	ПЗ	УО	ПЗ	ПЗ		УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО		
Модулі	●								М1						●	
Контроль по модулю №1							КР1									
Контроль по модулю №2															КР2	
Контроль самостійної роботи		ЗСР		ЗСР				ЗСР		ЗСР		ЗСР		ЗСР		

ВК – вхідний контроль; УО – поточне усне опитування; КР– письмова контрольна робота; ПРСР – проміжні результати самостійної роботи (комплексна розрахункова робота); Конс. – консультація.

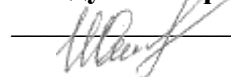
Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Маркетингова політика розподілу»

https://docs.google.com/forms/d/1KYI_rkVINS56rmihhtKWtg7CvCcsaeJ2OXHMX3oMjaE/edit

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент
Протокол №1 від 30.08.2024

Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

Розробник:

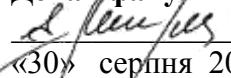
 /Шашко В.О./

Гарант освітньої програми:

 /Бурцева О.Є./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

 /Мироненко С.В./
«30» серпня 2024 р.

