

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування

Протокол №1 від «27» серпня 2019

Зав. кафедри ___ Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ECTS 4

Розробник: Барабанова В.В.,
доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування, к.е.н., доц.

2019-2020 навчальний рік

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Вибіркова для студентів напряму підготовки 075 «Маркетинг»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	4
Загальна кількість годин	120
Кількість модулів	1
Лекції, годин	8
Практичні / семінарські, годин	4
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	108
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	12
самостійної роботи студента	4
Вид контролю	залік

2. Програма дисципліни

Ціль: формування професійних компетентностей щодо визначення зань про методи дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форми і методи роботи посередників у каналах розподілу, методологічні та методичні питання вибору й ведення розподілення в умовах конкуренції.

Завдання: ознайомлення із теоретичними поняттями сутності і значення маркетингової політики розподілу; надання знань щодо товарного руху і механізму використання каналів розподілу, розгляд методів управління товарним рухом; ознайомлення з розподілом на промисловому підприємстві; ознайомлення з оптовою торгівлею в каналах розподілу; розгляд методики державної закупівлі та державного замовлення; ознайомлення з роздрібною торгівлею в каналах розподілу; розгляд програмного інструментарію вибору маркетингової політики і каналів розподілу; ознайомлення з вибором оптимального каналу розподілу, вивчення розподілення і маркетингової логістики.

Предметом дисципліни механізм формування процесу маркетингової політики розподілу, їх дослідження на сучасних підприємствах.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1 Сутність і значення маркетингової політики розподілу

Тема 2 Товарний рух і механізми використання каналів розподілу

Тема 3 Управління товарним рухом

- Тема 4 Розподіл на промисловому підприємстві
Тема 5 Оптова торгівля в каналах розподілу
Тема 6 Роздрібна торгівля в каналах розподілу
Тема 7 Державна закупівля та державне замовлення
Тема 8. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу
Тема 9 Вибір оптимального каналу розподілу
Тема10. Розподілення і маркетингова логістика

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Сутність та основні види розподілу					
Тема 1 Сутність і значення маркетингової політики розподілу	12	1			11
Тема 2 Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	13	1	1		11
Тема 3 Управління товарним рухом	12	1			11
Тема 4 Розподіл на промисловому підприємстві	11				11
Тема 5 Оптова торгівля в каналах розподілу	11	1	1		10
Разом за змістовим модулем 1	60	4	2		54
Змістовий модуль 2. Управління розподілом на підприємстві					
Тема 6 Роздрібна торгівля в каналах розподілу	13	1	1		11
Тема 7 Державна закупівля та державне замовлення	12	1			11
Тема 8. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	11				11
Тема 9 Вибір оптимального каналу розподілу	12	1			11
Тема10. Розподілення і маркетингова логістика	12	1	1		10
Разом за змістовим модулем 2	60	4	2		54
Усього годин	120	8	4		108

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Години
1	Семінар – розгорнута бесіда Сутність і значення маркетингової політики розподілу	0,5
2	Семінар – розгорнута бесіда Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	0,5
3	Семінар запитань і відповідей Управління товарним рухом	0,5
4	Семінар запитань і відповідей Оптова торгівля в каналах розподілу	0,5
5	Семінар запитань і відповідей Роздрібна торгівля в каналах розподілу	0,5
6	Семінар – розгорнута бесіда Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	0,5
7	Семінар запитань і відповідей Вибір оптимального каналу розподілу	0,5
8	Семінар запитань і відповідей Розподілення і маркетингова логістика	0,5
	Всього	4

5. Індивідуальні завдання

1. Огляд навчальної, нормативної, наукової і періодичної літератури, та підготовка матеріалу у вигляді опорного конспекту.
2. Підготовка рефератів, доповідей, статей за обраною темою.
3. Добір статистичної інформації, підготовка аналітичних довідок.
4. Підготовка тез для публікації в наукових журналах, інтернет виданнях за відповідною тематикою та міжнародних семінарах, конференціях.

6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
Змістовий модуль 1. Сутність та основні види розподілу			
Семінар запитань і відповідей : Сутність і	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для	Тестування, фронтальне

значення маркетингової політики розподілу		обговорення питань: Основні завдання маркетингової політики розподілу. Маркетингова політика розподілу та збутова політика підприємства: основні заходи та елементи Джерела [1]-[6] 2. Самотестування	та індивідуальне опитування
Семінар запитань і відповідей: Товарний рух і механізми використання каналів розподілу	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Товарний рух як складова політики розподілу. Канали розподілу у маркетинговому середовищі підприємства Джерела [1]-[6] 2. Самотестування 3. Підготовка до письмового опитування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати
Семінар – розгорнута бесіда: Управління товарним рухом	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Зміст та елементи управління товарорухом. Планування системи товароруху. Організація, аналіз та контроль товарного руху Джерела [1]-[8] 2. Підготовка до письмового опитування	Тестування, проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар запитань і відповідей: Розподіл на промисловому підприємстві	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Економічний зміст, види і функції розподілу на промисловому підприємстві Моделювання розподілу. Організаційні основи розподілу. Тара та упаковка у розподілі продукції. Складування товарів як функція Джерела [1]-[6] 2. Самотестування 3. Підготовка доповіді: Організація транспортноекспедиційного обслуговування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар – розгорнута бесіда Оптова торгівля в каналах розподілу	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Сутність, види і функції оптової торгівлі Фактори необхідності виникнення і функціонування оптових підприємств на ринку. Роль і значення оптової торгівлі при розподілі товарів. Організаційна структура оптової торгівлі. Розміщення оптових підприємств. Джерела [1]-[8]	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування

		2. Підготовка до письмового опитування 3. Самотестування	
Разом змістовий модуль 1	60		
Змістовий модуль 2. Управління розподілом на підприємстві			
Практичне заняття Роздрібна торгівля в каналах розподілу	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Поняття, склад і функції роздрібно торгівлі. Фактори розвитку роздрібно торгової мережі, її роль та значення. Організація товаропостачання товарів підприємств роздрібно торгівлі. Організація продажу товарів у системі роздрібно торгівлі Джерела [1]-[8] 2. Підготовка до письмового опитування 3. Самотестування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування
Семінар запитань і відповідей Державна закупівля та державне замовлення	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Правові основи системи державних закупівель та державних замовлень. Організація державної закупівлі. Система державного нагляду, контролю та координації у сфері закупівель. Організація державних замовлень. Джерела [1]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування 3 Розв'язання задач, вправ, кейсів	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування Перевірка рішення вправ та задач
Семінар запитань і відповідей Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Вибір маркетингової політики розподілу. Вибір каналу розподілу. Стратегії маркетингових каналів як основа формування маркетингової політики розподілу Джерела [1]-[7] 2. Самотестування 3. Розв'язання задач, вправ, кейсів	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування Перевірка рішення вправ та задач
Практичне заняття: Вибір оптимального каналу розподілу	11	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Формування оптимальних каналів розподілу. Оцінка ефективності діяльності каналу Джерела [1]-[8] 2. Самотестування 3. Підготовка до письмового опитування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування

технологій, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію										
6. Здатність оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень								+		
7. Уміння приймати оптимальні рішення, застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища								+		
8. Уміння діяти соціально-відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості									+	
9. Здатність визначати та вирішувати наукові проблеми дослідження та розробки маркетингової стратегії									+	

8. Методи викладання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

9. Методи оцінювання

Залік.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення заліку на протязі семестру (100 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру

№ теми практичного заняття	Вид роботи/бали					
	Тестові завдан ня	Задачі, завдання, кейси тощо	Обговоренн я теоретични х питань теми	Індиві- дуальне завдання	ПМК	Сума балів
Змістовий модуль 1						
Тема 1	-	2				2
Тема 2	2	2				4
Тема 3	5	2		5	5	17
Тема 4	6	2		5	5	18
Тема 5	2	2			5	9
Разом змістовий модуль 1	15	10		10	15	50
Змістовий модуль 2						
Тема 6	2	2				4
Тема 7	3	2		5		10
Тема 8	5	2			5	12
Тема 9	2	2			5	9
Тема 10	3	2		5	5	15
Разом змістовий модуль 2	15	10		10	15	50
Разом	30	20		20	30	100

11. Методичне забезпечення

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні вказівки з вивчення дисципліни.
3. Індивідуальні завдання.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи

12. Рекомендована література

Основна

1. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. - Суми : ВТД "Університетська книга", 2009. - 1134 с.
2. Окландер М.А. Логістика: Підручник. – К.: ЦУЛ, 2008. -346с.
3. Окландер М. А., Хромов О.П. Промислова логістика: Навч. Посібник. – К.:ЦНЛ, 2004. – 222с.
4. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / В.В. Барабанова; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2017. – 71 с.

5. Балабанова Л.В. Логістика. – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені М.І. Туган-Барановського, 2012. – 458с.
6. Белявцев М.І., Леонова Г.Д., Зайцева А.М. Маркетингова політика розподілу. – Донецьк: Норд-Прес, 2010. – 279 с.
7. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу. Навчальний посібник. – К.:Знання, 2011. – 495 с.
8. Маркетингова політика розподілу: Навч.посібник / Є.В.Крикавський, Н.С.Косар, А.Чубала. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 232с.
9. Семак Б.Б., Сухорська У.В. Маркетингова політика розподілу. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. – 175 с.
10. Щербина І.М. Маркетингова політика розподілу. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2012. – 174 с.

Допоміжна

- 11.Бузукова Е. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / под ред. С.Сысоевой. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.
12. Окландер М.А. Логістична система підприємства: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2004. – 222с.
13. Пономарьов Ю.В. Логістика: Навч. Посібник. – К.:ЦНЛ, 2005. – 328с.
14. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. – М.: ИНФРА –М, 2001. – 608с.
15. Сумец А.М. Логистика: Учебное пособие. –К.: Хай-Тек Пресс, 2008. – 320с.
15. Хромов О.П. Логістика: Навчальний посібник – Харків:БУРУН КНИГА, 2012. – 224с.

Інформаційні ресурси

16. Definition of Marketing [Електронний ресурс] : сайт Американської асоціації маркетингу – Режим доступу: <http://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>.
17. Офіційний веб-сайт Європейський науковий фонд [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.esf.org/>.
18. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.cyberleninka>.