

МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА

Мета: формування системи науково-теоретичних і практичних знань та навичок 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: формування у здобувачів вищої освіти наукового мислення, вивчення сутності та значення маркетингової збутової політики; 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; вивчення оптової та роздрібною торгівлі в каналах розподілу; дослідження процесу формування оптимального каналу розподілу та освоєння методів оцінки результатів його діяльності.

Предмет: процеси формування та функціонування збуту товарно-матеріальних ресурсів.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.

Тема 2. Товарний рух і механізм використання каналів розподілу.

Тема 3. Розподіл на промисловому підприємстві.

Тема 4. Оптова і роздрібна торгівля у каналах розподілу.

Тема 5. Державна закупівля та державне замовлення.

Тема 6. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.

Тема 7. Вибір оптимального каналу розподілу.

Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.

Тема 9. Управління товарним рухом.

Тема 10. Розподілення і маркетингова логістика.