

«МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА»

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: 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.

Основні завдання навчальної дисципліни: 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 роздрібної торгівлі в каналах розподілу; дослідження процесу формування оптимального каналу розподілу та освоєння методів оцінки результатів його діяльності.

Компетентності:

загальні:

ЗК 2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.

ЗК 3. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей рухатися до мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 5. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 6. Здатність до проведення досліджень, пошуку, обробки та аналізу інформації.

ЗК 9. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.

фахові:

ФК 3. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК 6. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК 11. Здатність провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

ФК 12. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

ФК 15. Здатність управляти маркетинговими підрозділами суб'єкта господарювання.

ФК 17. Здатність стратегічно мислити, обґрунтовувати напрями розвитку маркетингової діяльності підприємства.

Програмні результати навчання:

ПРН 6. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку.

ПРН 7. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів.

ПРН 8. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

ПРН 9. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.

Тема 2. Товарний рух і механізм 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.

Тема 10. Конкуренція в каналах розподілу.

Тема 11. Розподілення і маркетингова логістика.

Трудовіткість:

Загальна кількість годин – 135 год.

Кількість кредитів – 4,5.

Форма семестрового контролю – екзамен.