

## Маркетингова політика розподілу

### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** оволодіння теоретичними знаннями з питань маркетингової політики розподілу та набуття практичних вмінь і навичок щодо методів дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форм і методів роботи посередників у каналах, вибору ефективних каналів розподілу й ведення політики розподілення в умовах конкуренції.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** формування у здобувачів вищої освіти наукового мислення і практичного пізнання сутності та значення маркетингової політики розподілу; оволодіння понятійним апаратом і термінологією у сфері розподілу; вивчення сутності організації роботи посередників та управління товарним рухом, формування, конструювання і функціонування каналів розподілу; набуття навичок підвищення ефективності діяльності посередників та оптимізації витрат у процесі товарного руху.

### **Компетентності:**

#### *Загальні:*

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

#### *Фахові:*

ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

### **Програмні результати навчання:**

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

### **Програма навчальної дисципліни:**

Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.

Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика.

Тема 3. Управління каналами розподілу.

Тема 4. Гуртова торгівля в каналах розподілу.

Тема 5. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу.

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. Маркетингова логістика.

### **Трудомісткість:**

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.