

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра маркетингу**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»**

освітньо-професійна програма Маркетинг  
спеціальність 075 Маркетинг  
галузь знань 07 Управління та адміністрування  
освітній ступінь магістр

Навчально-науковий інститут економіки,  
управління, права та інформаційних технологій

Полтава  
2021 р.

## Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	«Маркетингова політика розподілу»
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Боровик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) e-mail: tetiana.borovyk@pdaa.edu.ua тел. (0532) 56-98-24 сторінка викладача <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/borovyk-tetyana-viktorivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/borovyk-tetyana-viktorivna</a>
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг

### **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.

**Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.	12	2	2	8
Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика.	12	-	2	10
Тема 3. Управління каналами розподілу.	12	2	2	8
Тема 4. Гуртова торгівля в каналах розподілу.	12	2	2	8
Тема 5. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу.	12	2	2	8
Тема 6. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.	12	2	4	6
Тема 7. Вибір оптимального каналу розподілу.	12	2	2	8
Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.	12	-	2	10
Тема 9. Управління товарним рухом.	12	2	4	6
Тема 10. Маркетингова логістика.	12	2	2	8
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>80</b>

**Шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного і семестрового контролю успішності здобувачів вищої освіти 075МАР\_мд\_2021**

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
- виконання практичного завдання	<b>від 0 до 3:</b> 2,0-3,0 балів: відповіді правильні, обгрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує вміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою; 1,1-2,0 бали: відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обгрунтована та осмислена, характеризує вміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання; 0-1,0 бали – відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.
- розв'язування тестів	<b>від 0 до 2:</b> по 0,2 за кожен вірний тест. тести на практичному занятті розраховані на індивідуальне виконання.
- підготовка презентації	<b>від 0 до 10:</b> протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 презентацію (всього за курс – 2 презентації). 9-10 балів – зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічного стандарту, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації. 7-8 балів – наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. 0-6 бали – наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.
- розробка кросворду	<b>від 0 до 10:</b> (по 1 балу за кожен правильну відповідь);

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
	«Вчу, навчаючи» (протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 кросворд на 10 слів (всього за курс – 2 кросворди) відповідно до завдань самостійної роботи та обмінюються ними на занятті, перевіряють та виставляють бали, демонструючи спеціальні компетентності творчої та навчальної роботи).

Форма проведення семестрового контролю згідно з робочим та навчальним планом – залік.

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни 075МАР мд 2021

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти, балів				Разом	
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи			
			Презентація	Розробка кросворду		
Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.	4	2			6	
Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика.	4	2			10	16
Тема 3. Управління каналами розподілу.	4	2				6
Тема 4. Гуртова торгівля в каналах розподілу.	4	2				6
Тема 5. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу.	4	2	10		16	
Тема 6. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.	4	2			6	
Тема 7. Вибір оптимального каналу розподілу.	4	2			10	16
Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.	4	2			10	16
Тема 9. Управління товарним рухом.	4	2				6
Тема 10. Маркетингова логістика.	4	2			6	
<b>Разом</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	

### Рекомендовані джерела інформації Основні

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. 462 с.
2. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с
3. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468 с.
4. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

### Допоміжні

1. Біловодська О. А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах. Київ: «Центр навчальної літератури», 2018. 234 с.
2. Боровик Т.В., Даниленко В.І., Калюжна Ю.П. Збутова та цінова діяльність в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. Галицький економічний вісник.

Науковий журнал Тернопільського національного технічного університету ім. І.Пулюя. 2019. №2(57). С. 63-72.

3. Колодізева Т. О. Управління ланцюгами поставок: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 164 с.

4. Решетнікова О.В., Боровик Т.В., Терещенко І.О. Аналіз та перспективи розвитку ринку логістичних послуг в Україні. Економіка та управління. №2. 2020. С.24-30.

5. Смирнов І.Г., Косарева Т.В. Логістика. Київ . Центр навчальної літератури. 2019. 224 с.

6. Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика: Навч. посіб. К: Центр учбової літератури, 2016. 392 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. Державна служба статистики України: Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Міністерство аграрної політики та продовольства України: Офіційний сайт. URL: <http://www.minagro.gov.ua/>.

3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

4. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>