

МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: сформувати у майбутніх маркетологів розуміння та вміння вирішувати на практиці проблеми розробки збутової політики підприємства згідно з його маркетинговою стратегією на основі отримання системи спеціальних теоретичних знань.

Основні завдання навчальної дисципліни: сформувати у здобувачів вищої освіти компетенції за таким переліком: сутність і завдання політики розподілу; характеристики складових політики розподілу; роль каналів розподілу; типи, форми та особливості каналів розподілу на різних ринках; роль та особливості розподілу на промисловому ринку; лізинг як форма розподілу на промисловому ринку; види маркетингових систем розподілу; методичні підходи до вибору політики охоплення ринку та політики залучення учасників каналу; особливості аналізу витрат розподілу з погляду маркетингу; вплив позиціювання торговельних підприємств на вибір каналів розподілу; методика оцінювання та вибору каналів розподілу; шляхи оптимізації каналів розподілу.

Компетентності:

загальні:

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

фахові:

ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

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.

Трудовітність:

Загальна кількість годин - 90 год.

Кількість кредитів – 3.

Форма семестрового контролю – екзамен.