

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

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


КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(обов'язкова навчальна дисципліна)**

МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА

Розробник:
Олена Майборода –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н

Полтава
2023-2024 н.р.

Назва навчальної дисципліни	Маркетингова збутова політика
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	обов'язкова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Майборода Олена , к.е.н. Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус 4)  olena.mayboroda@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність Освітня програма	075 Маркетинг ОПП Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни «Маркетинг» є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: «Економічна теорія», «Правознавство», «Інфраструктура товарного ринку», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Поведінка споживачів», «Маркетинг», «Економіка і організація інноваційної діяльності», «Маркетингові дослідження», «Інформаційні системи і технології в маркетингу», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова товарна політика», «Конкурентоспроможність підприємства»; навчальна практика «Економічна інформатика», «Маркетинг»; курсова робота «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Конкурентоспроможність підприємства».

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 позиціонування 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 та структура навчальної дисципліни:

Назви тем	Кількість годин			
	075МАР бд 2022			
	усього	у т. ч.		
л		п	с.р.	
Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.	6	2	-	4
Тема 2. Товарний рух і механізм використання каналів розподілу.	8	2	2	4
Тема 3. Управління товарним рухом.	6	2	-	4
Тема 4. Розподіл на промисловому підприємстві.	10	4	2	4
Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу.	10	4	2	4
Тема 6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу.	10	4	2	4
Тема 7. Державна закупівля та державне замовлення.	6	2	-	4
Тема 8. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.	10	4	2	4
Тема 9. Вибір оптимального каналу розподілу.	8	2	2	4
Тема 10. Конкуренція в каналах розподілу.	8	2	2	4
Тема 11. Розподілення і маркетингова логістика.	8	2	2	4
Усього годин	90	30	16	44

Оцінювання результатів навчання

Форми контролю результатів навчання

075МАР бд 2022

Програмні результати навчання	Форма оцінювання							
	Виконання практич. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань зі сам. роб.	Реферат	Презентація	Доповідь	Екзамен	Разом
ПРН 2	5	3	6	3	5	2	6	30
ПРН 3	8	6	11	5	7	3	10	50
ПРН 4	3	2	5	2	3	1	4	20
Разом	16	11	22	10	15	6	20	100

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

075МАР бд 2022

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання					Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійно і роботи	Реферат/презентація/доповідь	Екзамен	
Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.	-	1	2			3
Тема 2. Товарний рух і механізм використання каналів розподілу.	2	1	2			5
Тема 3. Управління товарним рухом.	-	1	2			3
Тема 4. Розподіл на промисловому підприємстві.	2	1	2			5
Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу.	2	1	2			5
Тема 6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу.	2	1	2			5
Тема 7. Державна закупівля та державне замовлення.	-	1	2			3
Тема 8. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.	2	1	2			5
Тема 9. Вибір оптимального каналу розподілу.	2	1	2			5
Тема 10. Конкуренція в каналах розподілу.	2	1	2			5
Тема 11. Розподілення і маркетингова логістика.	2	1	2			5
За будь якою темою (реферат)				10		10
За будь якою темою (презентація)				15		15
За будь якою темою (доповідь)				6		6
Іспит					20	20
Всього	16	11	22	31	20	100

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних вправ

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
2	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
1	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання
0-1	відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
7-10	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
4-6	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-3	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання підготовки доповіді

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
5-6	проблема, яка розглядається в доповіді, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
3-4	тема доповіді викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-2	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
11-15	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 орфографічних вимог, наявності електронного (на носієві) матеріалу презентації.
6-10	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-5	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання питань самостійної роботи

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
2	вірно розкриті питання самостійної роботи; студент демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки
1	студент демонструє знання і розуміння основних положень питання самостійної роботи, але викладає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо обґрунтовує свої думки; присутні помилки у мовленнєвому оформленні відповіді
0-1	студент демонструє поверхневі, неточні знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні

Шкала та критерії оцінювання тестових завдань

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
1-2	студент демонструє обізнаність в темі, дає правильні відповіді більше ніж на половину питань тесту (по 0,2 бали за кожен)
0-1	студент демонструє поверхневі знання теми, дає правильні відповіді менш ніж на половину питань тесту (по 0,2 бали за кожен)

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Шкала оцінювання, балів	Вимоги до знань та умінь здобувачів вищої освіти
для теоретичного питання (2 питання)	0-5	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; недостатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки. Здобувач не повною мірою показує вміння . аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	5-10	Відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач повністю показує вміння аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Професійно-орієнтоване (практичне завдання)	0-5	Завдання виконано правильно, але має певні неточності, недостатньо обґрунтоване та осмислене, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності.Здобувач демонструє на середньому рівні здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію, застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	5-10	Здобувач вищої освіти може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності. Відповіді у розв'язку правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач демонструє на високому рівні здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію, застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Всього	20 балів	

Трудомісткість:

Загальна кількість годин - 90 год.

Кількість кредитів – 3.

Форма семестрового контролю – екзамен.

Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про 15 академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації, відеоролики.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. 462 с.
2. Маркетинг для магістрів: навч. посібник / Національна академія управління / За ред М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін . К. : Національна академія управління, 2020.с.
3. Олексенко Л. В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Київ: Видавництво Ліра. К, 2018. 468 с.
4. Сендецька С. В. Маркетингова політика розподілу : методичні рекомендації для виконання практичних завдань. Львів, 2019. 52 с.
5. Сендецька С. В. Маркетингова політика розподілу : методичні рекомендації для самостійного вивчення навчального матеріалу. Львів, 2019. 48 с.
6. Volodymyr Pysarenko, Olena Mayboroda Marketing logistic business model of vegetable market due to zonal specialization. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology. Monograph · 25. 2019. P. 110-120

Додаткові

1. Антощенко В.В. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства: актуальність та перспективи. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2017. с. 77—84.
2. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. 200 с.
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
4. Халіна В.Ю., Корсунський Г.Ю. Місце системи збуту у маркетинговій діяльності підприємства. «Молодий вчений». 2017. № 4.4 (44.4). С.116-119
5. Маркетингова політика розподілення. Методичні вказівки до практичних занять для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання / Укл.: Вербицька А.В., Бабаченко Л.В., Забаштанська Т.В., Хоменко І.О. Чернігів: ЧНТУ, 2020. 30 с.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Інтернет-портал для управлінців. URL: [http:// www/management.com.ua](http://www.management.com.ua)
2. Онлайн-Бібліотека. URL:<http://www.twirpx.com/file/82805/>.
3. Онлайн-Бібліотека URL:<http://imanbooks.com/>
4. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім.В.І.Вернадського. URL: [http:// www/nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
5. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>