

Затверджено
на засіданні кафедри економіки та
управління виробничим і
комерційним бізнесом
прот. №1 від 18 вересня 2023 р

СИЛАБУС З ДИСЦИПЛІНИ

**МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА
РОЗПОДІЛУ**

I семестр 2023-2024 навчального року

освітній рівень другий (магістр)

галузь знань 07 Управління та адміністрування

спеціальність 076 Підприємництво та торгівля

освітня програма: - Підприємництво (П)

Час та аудиторія проведення занять: згідно розкладу - <http://rasp.kart.edu.ua/>

1. Команда викладачів:

Лектор:

Нескуба Тетяна Володимирівна (кандидат економічних наук), Контакти:
+38 (057) 730-10-47, e-mail: neskuba@kart.edu.ua

Години прийому та консультації: кожен четвер з 14.00-15.00

Розміщення кафедри: місто Харків, майдан Фейсрбаха, 7, 3 корпус, 4 поверх, 410 аудиторія.

Веб сторінка курсу: <http://do.kart.edu.ua/>

Додаткові інформаційні матеріали: <http://metod.kart.edu.ua>



МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ

Час та аудиторія проведення занять: Згідно розкладу - <http://rasp.kart.edu.ua/>

Команда викладачів:

Нескуба Тетяна Володимирівна (кандидат економічних наук, доцент) Контакти:
+38 (057) 730-10-47, e-mail: neskubatv@gmail.com

Години прийому та консультацій: 12.00-13.00 - середа



Окрім товарної, цінової та комунікаційної політики невід'ємною складовою задоволення потреб споживачів є проблема доставки необхідного продукту безпосередньо до нього.

Головна мета курсу: формування системи науково-теоретичних і практичних знань про методи дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форми і методи роботи посередників у каналах, методологічні та методичні питання вибору й ведення політики розподілення в умовах конкуренції

Завдання курсу: вивчення сутності та значення маркетингової політики розподілення, організація роботи посередників та управління товарним рухом, формування, конструювання і функціонування каналів розподілу; набуття навичок підвищення ефективності діяльності посередників та оптимізація витрат у процесі товарного руху..

Курс має на меті сформувати та розвинути наступні компетенції:

Здатність до адаптації та дії в новій ситуації

Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва

Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

Чому ви маєте обрати цей курс?

Маркетингові рішення про канали розподілу – одні із найважливіших рішень управлінського персоналу: як цільові споживачі отримують доступ до товарів чи послуг підприємства, та чи є система розподілу продукції цієї організації ефективною з погляду витрат на неї. За допомогою добре сформованого каналу розподілу підприємство може домогтися конкурентних переваг за рахунок гнучкості, близькості до споживача, обмеженості у розмірі запасів, швидкого реагування на потреби споживачів, максимального ступеня охоплення споживачів і мінімальних витрат.

Організація навчального процесу

Курс «Маркетингова політика розподілу» вивчається у 2-му семестрі магістерського курсу денної та заочної форм навчання та забезпечує: розуміння основних практичних та теоретичних понять маркетингової політики розподілу; набуття навичок з вирішення завдань побудови та управління маркетинговими каналами розподілу.

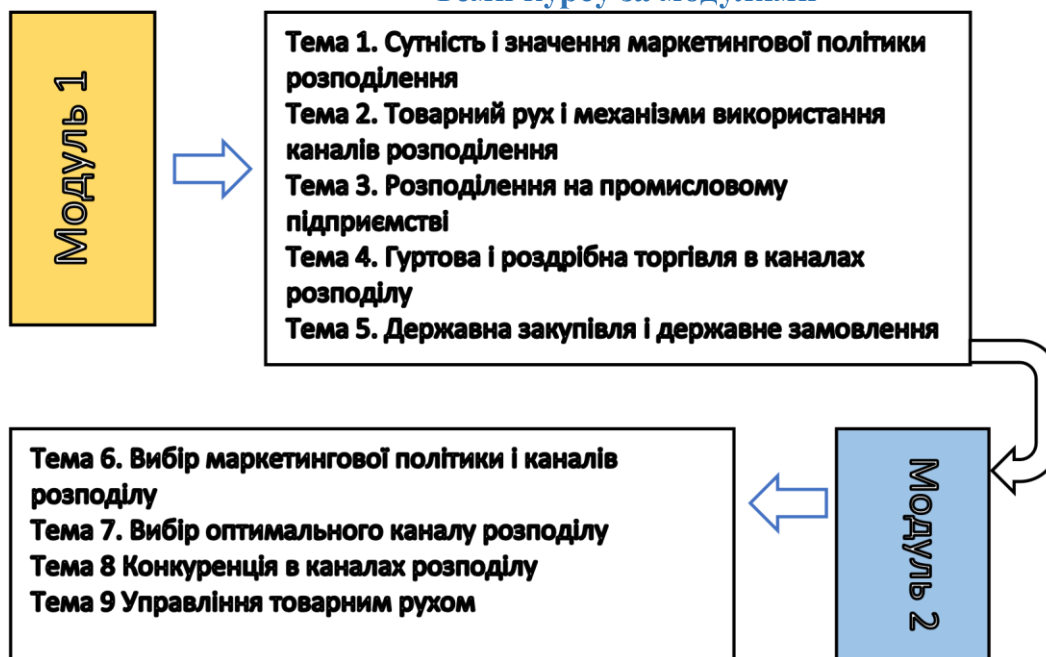
Лекційний матеріал складається з текстового матеріалу, презентації. В рамках курсу передбачаються лекції запрошених роботодавців.

Практичні заняття з дисципліни «Маркетингова політика розподілу» проходять у вигляді дискусій стосовно теоретичного матеріалу, що було розглянуто на лекційних заняттях. Для набуття практичних навичок пропонуються індивідуальні та групові завдання щодо розв'язання кейсів, а також виконання тестових та практичних задач.

Для слухачів денної форми навчання курс складається з однієї лекції один раз на тиждень та одного практичного заняття раз на два тижні.



Теми курсу за модулями



Маркетингова політика розподілу / схема курсу

Поміркуй	Лекції	Виконай
	Запрошені лектори	
	Довідковий матеріал	
	Презентації	
	Обговорення в аудиторії	
	Групові завдання	
	Індивідуальні консультації	
	Залік	

Лекції та практичні заняття

		Тема лекції		Тема практичних, семінарських занять
	2	Сутність і значення маркетингової політики розподілення	2	Визначення параметрів маркетингових каналів
	2	Товарний рух і механізми використання каналів розподілення	2	Вибір форми товароруху. Аналіз основних показників роботи посередників
	2	Розподілення на промисловому підприємстві		
	4	Гуртова і роздрібна торгівля в каналах розподілу	2	Аналіз процесу організації оптових закупівель та роздрібною торгівлі
	3	Державна закупівля і державне замовлення		
Модульний контроль знань				
	4	Вибір маркетингової політики і каналів розподілу	2	Визначення витрат на транспортування продукції
	4	Вибір оптимального каналу розподілу	2	Формування оптимальної структури маркетингових каналів
	4	Конкуренція в каналах розподілу	2	Аналіз взаємовідносин у каналі розподілу
	5	Управління товарним рухом	3	Вибір маркетингової політики і каналів розподілу
Модульний контроль знань				

Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://do.kart.edu.ua>), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу).

Для кожної теми курсу «Маркетингова політика розподілу» запропоновано додатковий матеріал. Дискусійні питання для обговорення на практичних заняттях наведено після текстового матеріалу лекції в окремому документі.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з програмою навчальної дисципліни; питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення методичного матеріалу.

Рішення практичних завдань повинно як за формою, так і за змістом відповідати вимогам (мати всі необхідні складові), що висуваються до вирішення



відповідного завдання, свідчити про його самостійність (демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи), відсутність ознак повторюваності та плагіату.

На практичних заняттях присутність здобувачів вищої освіти є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Це ж стосується й студентів, які не виконали завдання або показали відсутність знань з основних питань теми. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчання, бути уважним та дотримуватися дисципліни.

Отже, вивчення навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу» передбачає:

- виконання завдань згідно з навчальним планом (індивідуальні завдання, самостійна робота тощо);
- підготовку до практичних занять;
- роботу з інформаційними джерелами.



Правила оцінювання

Принцип формування оцінки за перший та другий залікові модулі відбувається за 100-бальною шкалою, що наведено у таблиці, де максимальна кількість балів, яку може набрати студент за різними видами навчального навантаження

Максимальна кількість балів	
Вид контролю	Сума балів
Поточний контроль:) самостійні завдання) практичні заняття	до 60 до 40 до 20
Модульний контроль	до 40

Залік:

- Студент складає залік за результатами модульного 1-го та 2-го контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент становить 100 (до 60 балів поточного контролю та до 40 балів тестування). Середнє арифметичне суми модульних оцінок складає підсумковий бал. Якщо студент не погоджується із запропонованими балами, він може підвищити їх на заліку

- Студентам, які мають з навчальної дисципліни від 1 до 59 балів, були недопущені або не з'явилися на залік, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.

100-бальна шкала відповідає: державній шкалі оцінювання (5, 4, 3,) та шкалі ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО – 5	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	Задовільно - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E
НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік або екзамен (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F

Завдання на самостійну роботу:

- Студентам пропонується обрати теми для створення власного проекту впродовж семестру. За вчасне та вірне виконання завдання нараховується 30 балів до поточного модульного контролю. За вчасне та частково вірне виконання – від 15 до 25 балів. За невиконане завдання бали не нараховуються. Необхідний обсяг виконання завдання складає 50% на перший модульний контроль і 100% на другий модульний контроль. Перебіг поточного виконання завдання та питання для обговорення надсилаються на e-mail викладача або перевіряються ним особисто.

- Студенти мають прорецензувати одну роботу іншого студента або групи впродовж семестру очно та висловити свої критичні зауваження.

Теми проектів

1. Визначення ефективної форми товароруку (на прикладі конкретного підприємства)

2. Дослідження та удосконалення процесу товаропостачання в роздрібній торгівлі.

3. Удосконалення діяльності підприємства за рахунок зниження витрат на транспортування продукції.

4. Визначення особливостей реалізації Push та Pull стратегій розподілу в українських компаніях

5. Оцінка маркетингової політики розподілу підприємства.

Студенти мають змогу самі запропонувати тему для самостійної роботи, але приступати до виконання тільки після узгодження її з викладачем.

Практичні заняття:

Оцінюються за виконання тестового завдання (15 балів), ступенем залученості до дискусії (до 5 балів) та стислою презентацією виконаного завдання (до 5 балів).

Якщо студент пропустив практичне заняття для отримання балів за нього він повинен самостійно відпрацювати матеріал, що розглядався на занятті; виконати індивідуальне завдання – підготовка доповіді відповідно до теми календарного плану.

Доклад оцінюється максимально до 5 балів.

Модульне тестування:

Оцінюються за вірними відповідями на тестові модульні питання (20 питань в тесті, кожна вірна відповідь оцінюється в 2 бали). **Максимальна кількість становить 40 балів за модуль.**

Програмні результати навчання:

Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва.

Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.

Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької діяльності

Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких структур за умов невизначеності та ризиків

Команда викладачів:

Нескуба Тетяна Володимирівна (<http://kart.edu.ua/kaf-mia-ua/kolectuvkafedru-mia/neskuba-tv-ua>) - лектор з питань маркетингу в УкрДУЗТ. Отримала ступінь к.е.н. за спеціальністю 08.00.03 – «Економіка та управління національним господарством» в УкрДУЗТ у 2011 році. Напрямки наукової діяльності: маркетингова діяльність на залізничному транспорті; шляхи забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах ринкової економіки; організаційно-економічні механізми структурних перебудов на підприємствах

Кодекс академічної доброчесності

Порушення Кодексу академічної доброчесності Українського державного університету залізничного транспорту є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним. Кодекс доступний за посиланням:

<http://kart.edu.ua/documentu-zvo-ua>

Зокрема, дотримання Кодексу академічної доброчесності УкрДУЗТ означає, що вся робота на іспитах та заліках має виконуватися індивідуально. Під час виконання самостійної роботи студенти можуть консультуватися з викладачами та з іншими студентами, але повинні



самостійно розв'язувати завдання, керуючись власними знаннями, уміннями та навичками. Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залучення до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікаційних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням: <http://do.kart.edu.ua/>

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://kart.edu.ua>), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу)