

Навчальна дисципліна: МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ

Статус: нормативний

Курс: 4/5

Семестр: 7/9

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку».

Опис дисципліни

Мета: 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: вивчення сутності та значення маркетингової політики розподілу, 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.

Предмет: рух товарно-матеріальних ресурсів каналами розподілу.

Змістовні модулі:

Модуль 1. Маркетингова політика розподілу як інструмент маркетингу.

Модуль 2. Управління маркетинговою політикою розподілу.

Форми та методи навчання: лекції, розрахунково-аналітичні завдання, кейси, тестування.

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

Залік – 7 семестр

Іспит – 9 семестр,

Контрольна робота – 8 семестр.

Система оцінювання

Залік: 60% – модульний контроль, 4 % – підсумковий контроль: залікова робота в письмовій формі (2 ак. години). Для успішного складання заліку студент має оволодіти 2/3 знань з дисципліни.

Іспит: 60% – модульний контроль, 40% – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (3 ак. години).

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS. Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі.

Навчально-методичне забезпечення: НМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, пакет розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Бабенко Н. О., Євтушенко В. А. Маркетингова політика розподілу. Матеріали до самостійної підготовки студентів (для студентів спеціальності 7.050108 «Маркетинг»). – Х.: ХНУ, ХІБМ, 2006. – 54 с.
2. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика / Л. В. Балабанова. – К. : Професіонал, 2004. – 287 с.

Додаткова

3. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб. – СПб. : Питер, 2001. – 255 с.
4. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок / К. Лайсонс, М. Джиллингем ; пер. с англ. – 6-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 798 с.
5. Никифоров А. Є. Промислова логістика / А. Є. Нікіфоров. – К. : КНЕУ, 2002. – 306 с.
6. Штерн Л. В. Маркетинговые каналы / Л. В. Штерн, А. И. Ель-Ансари, Эн.Т. Кофлан ; пер. с англ. – 5-е изд. – М.: Вильямс, 2002. – 624 с.