ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет бізнес-технологій та економіки
Кафедра «Маркетинг та логістика»

# СИЛАБУС
**навчальної дисципліни (обов'язкова)**
# МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ
Обсяг освітнього компоненту: кількість годин – 120; кредитів – 4
Вид контролю – екзамен.

Освітня програма «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти
Спеціальність – 075 «Маркетинг»

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

***ЗЕРКАЛЬ АНАСТАСІЯ ВІКТОРІВНА, професор кафедри «Маркетинг та логістика», доктор економічних наук, професор***

***Контактна інформація:***
*- номер телефону: +380665152427;*
*- e-mail: z.a.v@i.ua*
*- навчальний корпус та номер аудиторії: головний корпус університету, ауд.281*
***Час і місце проведення консультацій:***
*згідно з розкладом консультацій, головний корпус університету, ауд.281*

## ОПИС КУРСУ

Основні завдання навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу»: одержати систематичні, теоретичні знання в галузі маркетингової політики розподілу; поглибити знання здобувачів вищої освіти про зміст та інструменти маркетингової політики розподілу в системі управління маркетингом на підприємстві; вивчити особливості прийняття рішень щодо вибору та управління каналом розподілу; вивчити переваги та недоліки сучасних технологій політики розподілу; формування практичних навичок управління та організації ефективної розподільчої політики на підприємстві.

## МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

**Метою вивчення дисципліни** «Маркетингова політика розподілу» є вивчення студентами можливих каналів розподілу товарів (послуг): їх функцій, структури, тенденцій розвитку, рішень щодо управління, а також відпрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань щодо розподілу продукції.

2. При вивченні дисципліни «Маркетингова політика розподілу» ви набуваєте: загальні компетентності:

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

Спеціальні компетентності:

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

3. Результатами навчання є вміння:

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

РН22. Розробляти та реалізовувати маркетингові плани тактичного рівня з урахуванням галузевих та регіональних особливостей суб'єктів господарювання.

## ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Для успішного навчання та опанування компетентностями з даної дисципліни, необхідно мати здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу інформації, застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, працювати в команді, виявляти ініціативу та підприємливість.

## ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

| **Номер тижня** | **Теми лекцій, год.** | **Теми практичних робіт, год.** |
|---|---|---|
| **Змістовий модуль 1** | | |
| 1 | Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу підприємства, (2 год.) | Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу підприємства, (2 год.) |
| 2 | Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика, (2 год.) | Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика, (2 год.) |
| 3 | Тема 3. Управління каналами розподілу, (2 год.) | Тема 3. Управління каналами розподілу, (2 год.) |
| 4 | Тема 4. Конкуренція в каналах розподілу, (2 год.) | Тема 4. Конкуренція в каналах розподілу, (2 год.) |
| 5 | Тема 5. Оптова торгівля в системі каналів розподілу товарів, (2 год.) | Тема 5. Оптова торгівля в системі каналів розподілу товарів, (2 год.) |
| 6 | Тема 6. Товарні біржі в процесі оптової торгівлі, (2 год.) | Тема 6. Товарні біржі в процесі оптової торгівлі, (2 год.) |
| **Змістовий модуль 2.** | | |
| 7 | Тема 7. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу товарів та послуг, (2 год.) | Тема 7. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу товарів та послуг, (2 год.) |
| 8 | Тема 8 Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів, (2 год.) | Тема 8. Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів, (2 год.) |
| 9 | Тема 9. Організаційно-економічний механізм використання каналів розподілу, (2 год.) | Тема 9. Організаційно-економічний механізм використання каналів розподілу, (2 год.) |
| 10 | Тема 10. Управління діяльністю в процесі товарного руху, (2 год.) | Тема 10. Управління діяльністю в процесі товарного руху, (2 год.) |
| 11 | Тема 11. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства, (2 год.) | Тема 11. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства, (2 год.) |
| **Підсумковий контроль (екзамен)** | | |

## САМОСТІЙНА РОБОТА

| тема | перелік завдань | кінцеві терміни (тижні навчання) підготовки. |
|---|---|---|
| Сутність і значення маркетингової політики розподілу підприємства | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературни<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань.<br>4. Підготовка рефератів, доповідей, презентацій. | 1 |
| Канали розподілу та їхня характеристика | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань. | 2 |
| Управління каналами розподілу | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань.<br>4. Підготовка рефератів, доповідей, презентацій. | 3 |
| Конкуренція в каналах розподілу | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань.<br>4. Підготовка рефератів, доповідей, презентацій. | 4 |
| Оптова торгівля в системі каналів розподілу товарів | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань. | 5 |
| Товарні біржі в процесі оптової торгівлі | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань. | 6 |
| Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу товарів та послуг | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань.<br>4. Підготовка рефератів, доповідей, презентацій. | 7 |
| Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань. | 8 |
| Організаційно-економічний механізм використання каналів розподілу | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань.<br>4. Підготовка рефератів, доповідей, презентацій. | 9 |
| Управління діяльністю в процесі товарного руху | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань. | 10 |
| Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства | 1. Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу та літературних джерел.<br>2. Розгляд питань, що передбачені для самостійного опрацювання.<br>3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань. | 11 |

# РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

**Навчально-методичні розробки:**

1. Методичні вказівки до проведення практичних занять та виконання контрольної та самостійної роботи з дисципліни «Маркетингова політика розподілу» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») денної та заочної форм навчання / Укл.: О.Є. Борисенко. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка». URL: https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=3612.

2. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингова політика розподілу» / Укл.: О.Є. Борисенко. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=3612.

Літературні джерела:

1. Borysenko O.Y, Pavlova V.V. Evaluation of the marketing policy efficiency of an Industrial enterprise distribution. Search for scientific answers to the challenges of our time, on December, 10-11, Seattle, Washington, USA. № 15. 2022. pp. 61-64 URL: https://www.proconference.org/index.php/usc/article/view/usc15-01-003. DOI: 10.30888/2709-2267.2022-15-01-003.

2. Grechukha A.O. Теорія та генезис поняття маркетингова політика розподілу підприємства. Національний університет біоресурсів та природокористування. № 2(22) (2016) URL: https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/4793

3. Social Networks as a Tool of Marketing Communications / N. Liashuk, O Kapral., V. Lyfar, A. Zerkal, O. Burdyak. / Khazar Journal of Humanities and Social Sciences Volume 26, Number 3, Special Issue, 2023, p.28-39 Baku, Azerbaijan URL: https://ejournal.khazar.org/index.php/kjhss/article/view/88/86, 2023

4. Бєлявцев М.І., Леонова Г.Д., Зайцева А.М. Маркетингова політика розподілу. Донецьк: Норд-Прес, 2010. 279 с.

5. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення. URL: https://mmi.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/mmi/volume-8-issue-2/mmi2017_2_85_97.pdf

6. Борисенко О.Є. System of methods of diagnostics of innovative development of the enterprise. Intelligent computer-integrated information technology in project and program management: Collective monograph edited by I. Linde, I. Chumachenko, V. Timofeyev. Riga : ISMA, 2020. P.8-22.

7. Борисенко О.Є. Маркетингова товарна політика підприємства машинобудівної галузі в умовах цифровізації економіки. Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки: колективна монографія. Запоріжжя: АА Тандем, 2023. С. 201-243.

8. Борисенко О.Є. Сучасні методи діагностики інноваційного розвитку підприємства. Міжнародна науково-практична конференція «Математичне моделювання процесів в економіці та управлінні проектами і програмами»(ММП-2020), Коблево, 14-18 вересня 2020р. Праці. Харків: ХНУРЕ, 2020. С.23-26.

9. Борисенко О.Є., Білошапка В.С Основні чинники впливу на ефективність операційної діяльності торгівельних мереж. Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (21-22 травня 2020 року). Одеса: ОНПУ, 2020. С.143-145.

10. Борисенко О.Є., Голуб В.О. Особливості розробки та просування товарної марки на продовольчому ринку України. Тиждень науки-2021. Факультет економіки та управління. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 19–23 квітня 2021 р. / Редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 243-245.

11. Зеркаль А.В. Вплив бенчмаркінгу на ефективність маркетингової діяльності банків. Причорноморські економічні студії. 2017. №24. С.228-231. URL: http://www.bses.in.ua/journals/2017/24_2017/48.pdf

12. Зеркаль А.В. Драчук Ю.З., Трушкіна Н.В. Шляхи управління логістичними процесами та оптимізації логістичної інфраструктури в Україні в умовах цифрової трансформації. VIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Інноваційна модернізація економіки України в умовах євроінтеграційних процесів» листопада 2023 року м. Кременчук С. 27-28.

13. Зеркаль А.В. Інноваційні підходи та сучасні тенденції діджитал-маркетингу та електронної комерції. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2024. №3 (83). URL: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3

14. Зеркаль А.В. Особливості маркетингової діяльності банківських установ. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. №3 (09). С.116-119. URL: https://sis.ukrpatent.org/uk/search/detail/1708691/

15. Крикавский Є.В., Косар Н.С., Чубала А. Маркетингова політика розподілу: навч.посібник Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. 232с.

16. Макарова В.В., Макаренко Н.О. Маркетингова політика розподілу. Навчальний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр» денної та заочної форми навчання. Суми, 2019. 160с .

17. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2018. 468с.

18. Розумей, С., Ніколаєнко, І., & Лелека, О. (2023). Формування ефективної маркетингової політики розподілу продукції підприємств. Економіка та суспільство, (48). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-43.

19. Семак Б. Б., Сухорська У. В. Маркетингова політика розподілу. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. 175 с.

20. Семак Б.Б., Сухорська У.В. Маркетингова політика розподілу. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. 175 с.

21. Тараненко І.В. Яременко С.С. Маркетингова товарна політика: збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи (практикум). Вид. 2-ге, доп. і перероб. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. 138 с.

22. Щербина І.М. Маркетингова політика розподілу. Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2012. 174 с.

## ОЦІНЮВАННЯ

Рівень знань здобувачів вищої освіти оцінюється за 100-бальною шкалою.

Під час контролю враховуючи наступні види робіт:

- вирішення задач, розбір ситуаційних задач (case-study) оцінюється до 30 балів за семестр;

- захист домашнього завдання (підготовка рефератів, презентацій досліджень тощо) здобувача вищої освіти оцінюється до 22 балів за семестр;

- контрольна робота (2 контрольні роботи) – до 25 балів за кожну контрольну роботу. За семестр враховується середній результат за дві контрольні роботи (максимум 25 балів);

- написання індивідуальної дослідної роботи оцінюється до 6 балів за семестр;

- участь у конкурсах, кейс-чемпіонатах. За бажанням студенти можуть брати участь у конкурсах, кейс-чемпіонатах, які влаштовують іноземні та національні виробники, навчальні та тренінгові центри, міжнародні організації. За результатами участі студентам зараховуються відповідні теми та додаються додаткові бали (до 5 балів) до фінальної семестрової оцінки;

- неформальтна та/або інформальна освіта (участь у тренінгах, семінарах, проходження курсів з сертифікацією) додатково оцінюється до 7 балів за семестр;

- участь у науковій діяльності кафедри (учать у НДР, підготовка тез доповідей за тематикою розділів дисципліни, виступи на конференціях) додатково оцінюються у 5 балів за семестр;

- екзамен – максимум 100 балів. Екзаменаційний білет складається з двох завдань. Перше завдання складається з 10 тестів вирішення яких дозволяє контролювати базові компетентності, якими оволодів студент. Друге завдання - це задача, за результатами розв'язання якої контролюються професійні компетентності та відповідні їм уміння, якими оволодів студент.

## ПОЛІТИКИ КУРСУ

*Політика дедлайнів.* Здобувач вищої освіти зобов’язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

В разі, якщо здобувач вищої освіти проходить додаткове навчання (неформальна та/або інформальна освіта) на освітніх платформах (наприклад, Prometheus), в інформаційних центрах, вивчає дисципліни в інших закладах освіти в межах академічної мобільності, бере участь у кейс-чемпіонатах (наприклад, Marketing Hackathon від компанії Genesis), науковій роботі кафедри, то результати додаткового навчання та активності можуть бути зарахованими або як певна частина годин дисципліни, що відводиться на самостійну роботу, або врахована під час поточного контролю та складання екзамену.

*Політика академічної доброчесності.* Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації; використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

*Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти.* Права і обов'язки с здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_organizatsiyu_osvitnoho_protsesu.pdf).

*Політика конфіденційності та захисту персональних даних.* Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».

*Політика взаємоповаги та ефективної комунікації.* Здобувач вищої освіти має бути терпимим і доброзичливим до однокурсників та викладачів.

## ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Для того, щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle – https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4288