

Силабус навчальної дисципліни
«Управління каналами розподілу та збуту»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма: Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 4

Семестр: 7

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач	ПІБ: Корнієнко Тетяна Олександрівна Посада: доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки E-mail: korniyenko.t@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=161
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	3/90
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (18 год.), практичні (18 год.), самостійна робота (54 год.)
	Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (78 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватись принципів академічної доброчесності, визначених Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Здобувачі вищої освіти повинні відвідати всі лекції і практичні заняття курсу. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до тем практичних занять, визначених робочою програмою, опрацювати поглиблено окремі теми або питання; обрати самостійно тему ІНДЗ та творчо підійти до її вирішення.
Що будемо вивчати?	Теоретичні основи розподілу. Маркетингова політика розподілу як стратегія управління доведенням товарної продукції від виробників до споживачів. Вплив кон'юнктури ринку на вибір маркетингової політики розподілу. Сутність маркетингової політики розподілу. Управління рухом товару. Маркетингові фактори впливу на збут.
Чому це треба вивчати?	Для формування у студентів систематичних знань з питань методів, стратегії і тактики оптимальної збутової політики та набуття навичок самостійної роботи для засвоєння навчального матеріалу стосовно впливу на кінцевий результат діяльності підприємства.
Яких результатів можна досягнути?	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків

Як можна використати набуті знання та уміння?	Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.
Зміст дисципліни	Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика Тема 3. Організація товарного руху у каналах розподілу Тема 4. Оптова торгівля в системі каналів розподілу товарів Тема 5. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу товарів та послуг Тема 6. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства Тема 7. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту
Обов'язкові завдання	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.
Міждисциплінарні зв'язки	Менеджмент, економіка підприємства, бухгалтерський облік, статистика, маркетинг
Інформаційне забезпечення (з репозитарію та фонду бібліотеки УДПУ та ін..)	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.
Поточний контроль	Виконання завдань практичних, лабораторних і модульних контрольних робіт, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
Підсумковий контроль	Екзамен Порядок та організація контроль знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Розробник



(Корнієнко Тетяна Олександрівна)