


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Гарант освітньої програми



Пенькова О.Г.
8 серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ

Освітній рівень: перший (бакалаврський)
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Спеціальність: 075 Маркетинг
Освітня програма: Маркетинг
Факультет: Економіки і підприємництва

Умань – 2024 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми Маркетинг. Умань: Уманський НУС, 2024. 20 с.

Розробники: Корман І.І., к.е.н., доцент кафедри маркетингу  Корман І.І.
(підпис)


Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від 07 серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри  О.Г. Пенькова
07 серпня 2024 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки і підприємництва

Протокол від 08 серпня 2024 року № 1.

Голова  Р.П.Мудрак
08 серпня 2024 року

© УНУС, 2024 рік

© Корман І.І., 2024 рік

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній рівень, назва освітньої програми	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів: 4	Галузь знань 07 – Управління та адміністрування	Обов’язкова	
Модулів – 2	спеціальність: 075 «Маркетинг»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	4-й
Загальна кількість годин - 120	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Семестр:	
		7-й	7-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2,5 самостійної роботи студента – 4,5	Освітня програма «Маркетинг»	Лекції	
		16 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		28 год.	4 год.
		Самостійна робота	
		76 год.	108 год.
		Індивідуальні завдання: Курсова робота	
		Вид контролю: екзамен	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» розроблена відповідно до Положення про методичне забезпечення освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва (схвалено Вченою радою УНУС, протокол №1 від 08.10.2020, із змінами та доповненнями від 11.07.2024, протокол № 8).

Навчальна дисципліна «Управління каналами розподілу» належить до обов'язкових дисциплін, вивчення яких передбачено освітньо-професійною програмою «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» є формування у студентів систематичних знань із застосування маркетингового інструментарію для забезпечення ефективного функціонування каналів розподілу, збуту та просування товарів на ринок.

Завдання курсу:

- розуміння сутності та значення маркетингової політики розподілу;
- вміння організовувати товарний рух в каналах розподілу;
- розуміння сутності та цілей оптової та роздрібної торгівлі в каналах розподілу;
- вміння обирати маркетингову політику розподілу та оптимальні канали розподілу;
- розуміння маркетинг-логістики як фактору підвищення ефективності збуту;
- вміння управляти процесами товарного руху.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є процеси та стратегії, пов'язані з організацією і управлінням каналами розподілу товарів і послуг від виробника до кінцевого споживача. Це включає в себе аналіз і вибір оптимальних каналів розподілу, управління відносинами з посередниками, контроль за ефективністю каналів, а також адаптацію стратегій розподілу відповідно до змін на ринку.

Місце дисципліни у структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти: вивчення змісту дисципліни базується на освоєнні курсів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: «Маркетинг», «Інформаційні системи і технології у маркетингу», «Маркетингові дослідження», «Логістика», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», поєднується з вивченням освітнього компоненту «Маркетингові комунікації» та «Економічний механізм маркетингу».

Вивчення навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» передбачає формування та розвиток у здобувачів компетентностей і програмних результатів навчання відповідно до освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування (табл. 1).

Матриця компетентностей і програмних результатів навчання, що формуються під час вивчення навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу»

Шифр компетентності	Компетентності	Шифр програмних результатів навчання	Програмні результати навчання
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)			
СК 7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію
		ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності
СК 8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
		ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи
СК 14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію
		ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності
		ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
		ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи

Методи навчання та засоби діагностики, що відповідають визначеним результатам навчання за навчальною дисципліною «Управління каналами розподілу», наведено в табл. 2, 3.

**Результати, методи навчання та методи контролю за навчальною дисципліною
«Управління каналами розподілу»**

Результати навчання за навчальною дисципліною		Методи навчання	Методи контролю
1	Знання:		
1.1	Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності в управлінні каналами розподілу	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання	поточний контроль (усне опитування, тестування, участь у дискусії, перевірка виконання практичних робіт, виконання та захист індивідуального дослідного завдання); модульний контроль; підсумковий контроль
2	Уміння/навички:		
2.1	Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів в управлінні каналами розподілу	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання	поточний контроль (усне опитування, тестування, участь у дискусії, перевірка виконання практичних робіт, виконання та захист індивідуального дослідного завдання); модульний контроль; підсумковий контроль
3	Комунікація:		
3.1	Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в управлінні каналами розподілу	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання	поточний контроль (усне опитування, тестування, участь у дискусії, перевірка виконання практичних робіт, виконання та захист індивідуального дослідного завдання); модульний контроль; підсумковий контроль
4	Відповідальність і автономія		
4.1	Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання	поточний контроль (усне опитування, тестування, участь у дискусії, перевірка виконання практичних робіт, виконання та захист індивідуального дослідного завдання); модульний контроль; підсумковий контроль

**Методи навчання та методи контролю програмних результатів навчання з
навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу»**

Програмний результат навчання	Метод навчання	Методи контролю
ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання
ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання
ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи	розповідь-пояснення, бесіда, індивідуальне дослідне завдання, індивідуальні консультації, дискусія, розгляд конкретних практичних ситуацій, самонавчання

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ЗБУТОМ

Тема 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу

Процес розподілу товарно-матеріальних ресурсів за умов ринку. Зміст маркетингової політики розподілу та основні її завдання. Маркетинг як методологічна основа комерційної діяльності підприємств щодо закупівлі і збуту. Маркетингова політика розподілу як стратегія управління доведенням товарної продукції від виробників до споживачів. Вплив кон'юнктури ринку на вибір маркетингової політики розподілу.

Тема 2. Організація товарного руху в каналах розподілу

Сутність та роль каналів і схеми товарного руху, економічна доцільність їх використання. Вертикальні маркетингові системи: корпоративні, договірні, керовані. Функції каналів розподілу: пов'язані з угодами, логістичні, обслуговуючі. Види каналів розподілу.

Тема 3. Оптова торгівля в каналах розподілу

Сутність, цілі оптової торгівлі та доцільність її використання. Функції оптової торгівлі. Характерні особливості оптової торгівлі. Види підприємств оптової торгівлі. Товарні біржі в процесі оптової торгівлі. Товарні брокери в біржовій торгівлі. Зміст роботи промислових та збутових агентів. Зміст роботи комісіонерів та закупівельних контор. Послуги оптової торгівлі підприємствам-виробникам. Послуги оптової торгівлі покупцям товарів та населенню.

Тема 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу

Сутність, цілі роздрібною торгівлі та доцільність її використання. Функції роздрібною торгівлі. Характерні особливості роздрібною торгівлі. Види роздрібною торгівлі та їхня характеристика: за формою власності, за товарним асортиментом, за формою обслуговування та обсягами продажу, за ціновою політикою, за різновидами концентрацій крамниць. Послуги роздрібною торгівлі. Маркетингові рішення з ефективної роботи роздрібною торгівлі. Фактори, які впливають на розвиток роздрібною торгівлі.

Тема 5. Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів

Розподіл товарів через дрібнороздрібну торгівельну мережу. Пересувна торгівля. Ярмарково-базарна торгівля. Комісійний продаж непродовольчих товарів. Продаж товарів на аукціонах. Реалізація уцінених товарів та ношеного одягу. Електронна комерція.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ЗБУТОМ

Тема 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу

Організаційні умови механізму використання каналу розподілу. Завдання та функції збутової діяльності підприємств-виробників у багаторівневих каналах розподілу. Засоби організації служби збуту підприємства в процесі управління каналами розподілу. Параметри порівняльної характеристики каналів розподілу. Контролінг в системі збуту.

Тема 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху

Планування діяльності зі збуту в каналах розподілу. Види прогнозів збуту. Методи прогнозування збуту в каналах розподілу.

Topic 8. Application of modern technologies in the sales policy of the enterprise

Modern trends in trade and their connection with marketing decisions. Horizontal marketing channel. Basic rules for placing goods in the trading hall. Micromarketing as a way of organizing sales. Discount programs. Schemes of operation of discount programs. Self-service.

Topic 9. Marketing logistics as a factor in increasing sales efficiency

The concept of marketing logistics. Classification of marketing logistics. The main functions of marketing logistics. Marketing logistics process. Marketing logistics as a subsystem of logistics. The main tasks of marketing-logistics subsystems. Effectiveness of the marketing-logistics subsystem.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
	л	с	с.р.		л	с	с.р.	
Модуль 1								
Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ЗБУТОМ								
Тема 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу	8	1	2	5	8	2	1	5
Тема 2. Організація товарного руху в каналах розподілу	10	1	4	5	10	2	1	7
Тема 3. Оптова торгівля в каналах розподілу	10	2	2	6	10	0	0	10
Тема 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу	11	2	4	5	11	0	0	11
Тема 5. Позамагазинні та особливі форми розподілу товару	11	2	4	5	11	0	0	11
Разом за модулем 1	50	8	16	26	50	4	2	44
Змістовий модуль 2. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ЗБУТОМ								
Тема 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу	9	2	2	5	9	2	1	6
Тема 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху	11	2	4	5	11	0	0	11
Тема 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства*	11	2	4	5	11	0	0	11
Тема 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту**	9	2	2	5	9	2	1	6
Разом за модулем 2	40	8	12	20	40	4	2	34
Модуль 2								
ІНДЗ (курсова робота)	30	0	0	30	30	0	0	30
Усього годин	120	16	28	76	120	8	4	108

*залучені стейкхолдери для спільного проведення аудиторних занять, тема викладається англійською мовою

** тема викладається англійською мовою

5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна/заочна форма
Змістовий модуль 1		
1	Тема 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу	2/1
Змістовий модуль 2		
2	Тема 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу	2/1
Разом		4/2

6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна/заочна форма
Змістовий модуль 1		
1	Тема 2. Організація товарного руху в каналах розподілу	4/1
2	Тема 3. Оптова торгівля в каналах розподілу	2/0
3	Тема 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу	4/0
4	Тема 5. Позамагазинні та особливі форми розподілу товару	4/0
Змістовий модуль 2		
1	Тема 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху	4/0
2	Тема 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства	4/0
3	Тема 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту	2/1
Разом		24/2

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ (не передбачено)

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна/заочна форма
Змістовий модуль 1		
1	Тема 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу 1. Опрацювання конспекту лекції. 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: - Маркетингова політика розподілу як стратегія управління доведенням товарної продукції від виробників до споживачів. - Вплив кон'юнктури ринку на вибір маркетингової політики розподілу.	5/5
2	Тема 2. Організація товарного руху в каналах розподілу 1. Опрацювання конспекту лекції. 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: - Функції каналів розподілу: пов'язані з угодами, логістичні, обслуговуючі.	5/7

	<p>- Види каналів розподілу.</p> <p>3. Практичне завдання: Проаналізуйте політику використання підприємством маркетингових каналів (каналів товароруху). Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	
3	<p>Тема 3. Оптова торгівля в каналах розподілу</p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: -Маркетингові рішення в оптовій торгівлі - Товарні біржі в процесі оптової торгівлі</p> <p>3. Практичне завдання: Проаналізуйте організацію оптових закупівель продукції (розглянути три товарні групи) для підприємства. Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	6/10
4	<p>Тема 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу</p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: - - Послуги роздрібною торгівлі. - Маркетингові рішення з ефективної роботи роздрібною торгівлі. - Фактори, які впливають на розвиток роздрібною торгівлі.</p> <p>3. Практичне завдання: Проаналізуйте організацію роботи роздрібного магазину. Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	5/11
5	<p>Тема 5. Позамагазинні та особливі форми роздрібною торгівлі</p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: - Ярмарково-базарна торгівля. - Реалізація уцінених товарів та ношеного одягу.</p> <p>3. Практичне завдання: Торговельна фірма закуповує в постачальника бавовняну тканину. Річний обсяг попиту тканини дорівнює обсягу закупівлі. Тривалість циклу замовлення (часовий інтервал між розміщенням замовлення та його отриманням) складає тиждень. Розрахуйте точку поповнення замовлення за умови, що на фірмі тканина продається нерівномірно і тому потрібний резервний запас тканини, рівний 150 м. під час розрахунку взяти до уваги, що в році - 50 тижнів.</p>	5/11
Змістовий модуль 2		
6	<p>Тема 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу</p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: - Засоби організації служби збуту підприємства в процесі управління каналами розподілу.</p>	5/6
7	<p>Тема 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху</p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: - Зміст і цілі плану діяльності управляючого збутом. - Загальна характеристика методів прогнозування збуту: експортного, напруженої екстраполяції, стандартного прирощування ринку, стандартного розподілу імовірності зміни обсягу збуту.</p> <p>3. Практичне завдання:</p>	5/11

	Виконайте аналіз та оцініть маркетингову політику розподілу підприємства. Визначить та виберіть оптимальні канали розподілу для підприємства. Запропонуйте систему заходів з підвищення ефективності маркетингової політики розподілу (для даного підприємства з просування продукції на ринок), виберіть найкращий варіант системи руху товарів. Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.	
8	<p>Тема 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства</p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Дисконтні програми <p>3. Практичне завдання:</p> <p>Виконайте аналіз роботи посередників за такими критеріями їх оцінки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Відповідність фактичного обсягу плановому; 2 Збереження і розвиток відносин з перспективними клієнтами; 3 Залучення нових клієнтів; 4 Частка посередника в загальному обсязі продажу фірми порівняно з часткою витрат на роботу з цим посередником; 5 Виконання договірних умов. <p>Виберіть найбільш оптимального посередника. Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	5/11
9	<p>Тема 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту</p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Головні задачі підсистем маркетинг-логістики. - Ефективність дії підсистеми маркетинг-логістики. <p>3. Практичне завдання:</p> <p>Визначити загальні витрати на транспортування і сумарний товарооборот підприємства, що має мережу складів і магазинів. Розробити рекомендації щодо поліпшення діяльності підприємства. Підприємство для аналізу вибрати самостійно, вибір погодити з викладачем.</p>	5/6
	Разом	46/78

9. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне навчально-дослідне завдання передбачено у вигляді курсової роботи (1 кредит). Метою виконання курсового дослідження є глибоке осмислення професійної проблеми, комплексне оволодіння матеріалом і методами самостійного дослідження, практичне застосування теоретичних знань для вирішення конкретних завдань щодо вдосконалення маркетингової діяльності конкретного підприємства або їх групи.

У процесі виконання курсової роботи здобувач повинен проявити:

- знання загальнотеоретичних, загальноекономічних, професійно-орієнтованих і спеціальних дисциплін, які розкривають теоретичні основи та практичні питання аграрного маркетингу;
- вміння відбирати, систематизувати та обробляти інформацію у відповідності до цілей дослідження;
- вміння визначати і використовувати причинно-наслідкові зв'язки процесів та явищ у прикладній галузі;

- вміння обґрунтовувати наукові висновки і конкретні пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності реального об'єкта дослідження.

Вимоги щодо змісту курсової роботи, її оформлення, порядку подання та захисту відображено у відповідних методичних вказівках.

Тема ІНДЗ з дисципліни «Управління каналами розподілу» обирається здобувачем із нижче наведеного переліку та виконується на матеріалах конкретного підприємства або їх групи. У випадках, коли декілька студентів виконують роботу за даними одного підприємства або організації, тема може змінюватися або уточнюватися на розсуд викладача.

Рекомендована тематика курсових робіт

1. Проблеми і перспективи маркетингової політики розподілу в Україні.
 2. Місце політики розподілу в комплексі маркетингу підприємства на прикладі...
 3. Формування стратегії розподілу на підприємстві на прикладі...
 4. Особливості діяльності посередників на промисловому ринку на прикладі...
 5. Критерії вибору збутових посередників підприємством на прикладі...
 6. Дослідження світового та вітчизняного досвіду у сфері франчайзингу на прикладі...
 7. Аналіз організації франчайзингу на підприємстві на прикладі...
 8. Оцінка перспектив розвитку франчайзингу в Україні на прикладі...
 9. Переваги і недоліки лізингу як форми розподілу на прикладі...
 10. Характеристика каналів розподілу на певному товарному ринку на прикладі...
 11. Переваги і недоліки прямих та опосередкованих каналів розподілу на прикладі...
 12. Управління каналами розподілу на підприємстві на прикладі...
 13. Порівняльна характеристика різних типів посередників на прикладі...
 14. Використання логістичних систем управління товарними потоками у маркетинговій політиці розподілу на прикладі...
 15. Місце підприємств роздрібно́ї торгівлі в розподілі продукції на прикладі...
 16. Місце підприємств гуртової торгівлі у розподілі продукції на прикладі...
 17. Шляхи подолання конфліктів у каналах розподілу на прикладі...
 18. Функції та критерії діяльності логістичної діяльності на прикладі...
 19. Організація діяльності роздрібного посередника на прикладі...
 20. Організація діяльності гуртового посередника на прикладі...
 21. Сучасні методи та форми роздрібно́ї торгівлі на прикладі...
 22. Порівняльна характеристика видів стратегій розподілу на прикладі...
 23. Сутність і значення конкуренції у каналах розподілу на прикладі...
 24. Відмінності політики розподілу виробника і посередника на прикладі...
 25. Етапи планування розподілу на підприємстві на прикладі...
 26. Сутність і функції каналів розподілу промислових товарів на прикладі...
 27. Функціонування системи держзамовлень на вітчизняних підприємствах на прикладі...
 28. Сутність та особливості лізингу як форми розподілу на прикладі...
 29. Характеристика видів, форм і типів лізингу, особливості їх застосування на прикладі...
 30. Особливості ринку лізингових послуг в Україні на прикладі...
- За погодженням із викладачем може виконуватися курсова робота за іншою тематикою на прикладі...

10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

В освітньому процесі використовуються наступні методи навчання: тематичні лекції; практичні заняття із вирішення професійно-орієнтованих задач; інтерактивні заняття; мозковий штурм, експрес контроль; виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, консультації з викладачем; самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних мультимедійних матеріалів, через модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище – Moodle (табл. 2).

Матеріали курсу «Управління каналами розподілу» розміщені на платформі Moodle: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1684>.

В умовах дистанційної освіти проведення лекцій і практичних занять відбувається у форматі відеоконференцій. Для організації освітнього процесу використовуються такі технічні сервіси, як Zoom, Viber, Moodle та електронна пошта.

11. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Для забезпечення оцінювання студентів проводиться поточний (модульний) і підсумковий (екзамен) контролю.

Модульний контроль передбачає перевірку стану засвоєння визначеної системи елементів знань і вмінь студентів з того чи іншого модулю.

При контролі систематичності та активності роботи на практичних заняттях оцінюванню в балах підлягають: рівень знань, необхідний для виконання аналітично-розрахункових робіт, що передбачені завданнями для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання та результати захисту; рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на практичних заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на практичні заняття; результати експрес-контролю тощо.

При виконанні модульних (контрольних) завдань оцінюванню в балах підлягають теоретичні знання і практичні уміння, яких набули студенти після опанування певного модуля. Модульний контроль проводиться письмово у формі тестів.

Повторне виконання модульних контрольних робіт на вищу кількість балів дозволяється, як виняток, з поважних причин за погодженням викладача, який викладає дисципліну, з дозволу декана факультету до початку підсумкового контролю (екзамену).

У разі невиконання певних завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студенти мають право, з дозволу викладача, скласти їх до останнього практичного заняття. Час і порядок складання визначає викладач. У разі, коли студент не з'явився на проведення модульної контрольної роботи без поважних причин, він отримує нуль балів. Перездача модульного контролю допускається у строки, які встановлюються викладачем.

Знання студента з певного модуля вважаються незадовільними, за умови коли сума балів його поточної успішності та за модульний контроль складають менше 61% від максимально можливої суми за цей модуль. У такому випадку можливе повторне перескладання модуля у терміни встановлені викладачем.

Рейтингова сума балів з навчальної дисципліни після складання модулів і підсумкового контролю виставляється як сума набраних студентом балів протягом семестру та балів набраних студентом на підсумковому контролі. До підсумкового контролю допускаються студенти, які виконали всі модульні контролі, передбачені для даної навчальної дисципліни і за рейтинговим показником набрали не менш як 35 балів.

Підсумковий контроль забезпечує оцінку результатів навчання студентів на заключному етапі вивчення дисципліни і проводиться відповідно до навчального плану у вигляді екзамену в термін, встановлений графіком навчального процесу та в обов'язі навчального матеріалу, визначеному даною робочою програмою навчальної дисципліни. Форма проведення контролю є комбінованою (передбачає усну відповідь на два теоретичних питання і письмово на один комплект тестових завдань). Зміст і структура контрольних завдань, екзаменаційних білетів і критерії оцінювання визначаються рішенням кафедри.

Якщо у підсумку студент отримав за рейтинговим показником оцінку «FX», то він допускається до повторного складання підсумкового контролю з дисципліни. Студент, допущений до повторного складання підсумкового контролю зобов'язаний у терміни, визначені деканатом, перездати невиконані (або виконані на низькому рівні) завдання поточно-модульного контролю, виконати модульні контролі і скласти підсумковий контроль. Рейтинговий показник студента з навчальної дисципліни при цьому визначається

за результатами повторного складання підсумкового контролю і не впливає на загальний рейтинг студента.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

В основу рейтингового оцінювання знань студента закладена спеціальна 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати студент за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, підсумкового контролю тощо).

Встановлюється, що при вивченні дисципліни до моменту підсумкового контролю (іспиту) студент може набрати максимально 70 балів. На підсумковому контролі (іспит) студент може набрати максимально 30 балів, що в сумі і дає 100 балів.

Кількість балів, які можна набрати у ході вивчення курсу дисципліни розподіляються наступним чином:

Розподіл балів, які отримують студенти денної форми

Змістовий модуль 1 - 22						Змістовий модуль 2 - 18					Бали за додаткову роботу	ІНДЗ	Підсумковий контроль	Сума	
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	МК1	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	МК2					
Кількість балів за видами робіт						Кількість балів за видами робіт					5	25	30	100	
3	3	3	3	3	7	3	3	3	3	6					
в т.ч.: практичні/ семінарські заняття						в т.ч.: практичні/ семінарські заняття									
2	2	2	2	2		2	2	2	2						2
самостійна робота						самостійна робота									
1	1	1	1	1		1	1	1	1		1				

Розподіл балів, які отримують студенти заочної форми

Змістовий модуль 1 - 22						Змістовий модуль 2 - 18					Бали за додаткову роботу	ІНДЗ	Підсумковий контроль	Сума	
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	МК1	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	МК2					
Кількість балів за видами робіт						Кількість балів за видами робіт					5	25	30	100	
3	3	3	3	3	7	3	3	3	3	6					
в т.ч.: практичні/ семінарські заняття						в т.ч.: практичні/ семінарські заняття									
2	2	0	0	0		2	0	0	2						
самостійна робота						самостійна робота									
1	1	3	3	3		1	3	3	1						

Об'єктами *поточного контролю* знань студентів є активність і систематичність роботи на практичних заняттях, виконання завдань для самостійної роботи студентів, розв'язання модульних завдань.

При контролі на *практичних заняттях* оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах; активність при обговоренні заявлених на занятті питань; результати бліцопитування та письмового або тестового контролю знань.

Під час контролю виконання завдань для *самостійної роботи* оцінюванню підлягають: правильність і повнота врахування усіх складових завдання; обґрунтованість відповіді.

При контролі виконання *модульних завдань* оцінці підлягають теоретичні знання та практичні навички, яких набули студенти після опанування тем змістового модуля. Контроль проводиться у вигляді відповідей на тестові питання.

Максимальна сума балів поточного контролю з дисципліни «Управління каналами розподілу» – 70. Бали розподіляються наступним чином:

1. Систематичність та активність роботи на практичних заняттях оцінюється в 2 бали:

а) відповідь / виконання практичних завдань – 1-2 бали:

б) змістовні доповнення при обговоренні питань на практичних заняттях – 1 бал.

2. Виконання завдань для самостійної роботи студентів оцінюється в 1 бал:

3. Модульний контроль містить 30 тестів, відповідь на кожен з яких оцінюється в 0,2 балів ($0,2 \times 35$ тестів для модульної контрольної роботи №1 та $0,2 \times 30$ тестів для модульної контрольної роботи №2) – 7 та 6 балів.

Бали за додаткову роботу з дисципліни «Управління каналами розподілу» - максимум 5 балів, які розподіляються за такими видами робіт:

- виступ на засіданні студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодні» - 1 бал:

- доповідь на науковій студентській конференції - 2 бали;

- оприлюднення тез доповіді в збірнику – 3 бали;

- призове місце у I етапі Всеукраїнського або Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт – 4 бали;

- призове місце у I етапі Всеукраїнського або Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт – 5 балів.

Виконання студентами завдання повинно носити виключно самостійний характер. Тому, за використання заборонених джерел (шпаргалок, засобів зв'язку та ін.) чи підказок студент одержує нульову оцінку. Списування під час контрольних заходів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

ІНДЗ (курсова робота) оцінюється максимум 25 балів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Критерій за яким оцінюється робота	Рейтинговий бал
1. Перевірка курсової роботи:	15
• відповідність змісту курсової роботи (проекту) завданню та вимогам навчально-методичних рекомендацій щодо її виконання;	9
• самостійність вирішення поставленої задачі, проектного рішення, виконання розрахунків, наявність графіків та таблиць;	2
• наявність елементів науково-дослідного характеру;	2
• відповідність стандартам оформлення;	2
2. Захист курсової роботи (проекту); в тому числі:	10
• доповідь;	5
• правильність відповідей на поставлені запитання	5
Всього	25

Згідно з регламентом студент зобов'язаний подати його викладачеві дисципліни на перевірку до певної дати для отримання від нього рецензії з оцінкою дослідження. У разі недотримання студентом календарного графіка виконання курсової роботи, студент не допускається до її захисту, а відповідно, до підсумкового контролю з дисципліни.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль складається з двох компонентів:

А. Теоретична частина (максимум 20 балів) - включає 100 тестових завдань для перевірки теоретичних знань. За кожну правильну відповідь студент отримує 0,2 бали.

Б. Практична частина (максимум 10 балів) - містить ситуаційну задачу.

Загальна максимальна кількість балів за підсумковий контроль — 30 балів.

Виконання студентами екзаменаційного завдання повинно носити виключно самостійний характер. Тому, за використання заборонених джерел (шпаргалок, засобів зв'язку та ін.) чи підказок студент знімається з іспиту й одержує нульову оцінку.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання

Оцінка «відмінно» (90 – 100 балів). Здобувач має систематичні та глибокі знання навчального матеріалу, вміє без помилок виконувати практичні завдання, які передбачені програмою курсу, засвоїв основну й ознайомився з додатковою літературою, викладає матеріал у логічній послідовності, робить узагальнення й висновки, наводить практичні приклади у контексті тематичного теоретичного матеріалу.

Оцінка «добре» (74 – 89 балів). Здобувач повністю засвоїв навчальний матеріал, знає основну літературу, вміє виконувати практичні завдання, викладає матеріал у логічній послідовності, робить певні узагальнення й висновки, але не наводить практичних прикладів у контексті тематичного теоретичного матеріалу або допускає незначні помилки у формулюванні термінів, категорій, невеликі помилки у розрахунках при вирішенні практичних завдань.

Оцінка «задовільно» (60 – 73 бали). Здобувач засвоїв матеріал не у повному обсязі, дає неповну відповідь на поставлені теоретичні питання, припускається грубих помилок при вирішенні практичного завдання.

Оцінка «незадовільно» (менше 60 балів). Здобувач не засвоїв навчальний матеріал, дає неправильні відповіді на поставлені теоретичні питання, не володіє основними методами наукових досліджень при виконанні практичних завдань. Здобувач не допускається до складання іспиту, якщо кількість балів одержаних за результати успішності під час поточного та модульного контролю (відповідно змістовому модулю) впродовж семестру в сумі не досягла 35 балів.

13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Корман І.І. Управління каналами розподілу: Методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський) денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 33 с.
2. Корман І.І. Управління каналами розподілу: Методичні вказівки для самостійної роботи та виконання індивідуальних завдань здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший

(бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 33 с.

3. Корман І.І. Управління каналами розподілу: Методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський) заочної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 33 с.

4. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1684>.

14. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова

1. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
2. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468с.
3. Панченко, С.В. Управління бізнесом: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2016. 312 с.
4. Маркетингова політика розподілу: Навч. посібник. Харків: УкрДАЗТ, 2013. 266 с.
5. Сергеева О.Р. Товарообіг в Україні – реалії сьогодення. Підприємництво та інновації. 2020. №11-1. С. 113-117.
5. Дядін, А. С. Канали розподілу товарів як фактор розвитку сфери обігу. Соціальна економіка. 2020. Вип. 59. С. 65-72.
6. Маркетингова політика розподілу: практикум здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / ДБТУ; уклад.: К.С. Олініченко, О.М. Прядко, Г.Л. Чміль. Харків, 2023. 123 с.
7. Яннаріно Е. Інструкція ефективного продавника. К.: Видавництво Наш формат, 2020. 192 с.
8. Чміль Г.Л. Трансформація простору функціонування бізнесструктур під впливом цифровізації: вимір маркетплейсів. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2021. № 1. С. 391–405.
9. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни для студентів спеціальності «Маркетинг»; всіх форм навчання. Харків: вид-во Іванченко, 2020. 89 с.
10. Маркетингові системи розподілу : навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезова, В. В. Лагодієнко та ін. ; Нац. техн. ун-т "Дніпр. політехніка", Івано-Франк. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпр. держ. аграр.-екон. ун-т. Дніпро : Грані, 2022. 244 с.

Допоміжна

1. Власенко Я.О. Основи сучасного маркетингу : навч. посіб. К. : Фірма «ІНКОС», 2011. 328 с.
2. Гладкова О.В. Роль логістичних систем в ефективному функціонуванні фармацевтичних компаній. *Сучасні досягнення та перспективи розвитку апітерапії в Україні* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю, м. Харків, 25 січня 2020 р. Харків : Вид-во «Оригінал», 2020. С. 55–56.
3. Глущенко О. В. Фінансові ресурси домогосподарств як складова частина фонду національного добробуту України. *Економічний аналіз*. 2016. № 1. URL : <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1136> (дата звернення: 15.04.2020).
4. Грянко Т. Г. Управління логістичними каналами розподілу продукції на сучасних підприємствах. *Молодий вчений* . 2018. № 12(1). С. 267 – 269.
5. Ентоні Яннаріно Інструкція ефективного продавника. К. : Видавництво Наш формат, 2020. 192 с
6. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку. Мнографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. 232 с.

7. Ільченко Т. В. До питання маркетингового забезпечення планування збуту продукції підприємства. *Економіка та держава* . 2016. № 4. С. 57 – 60.
8. Кобеля З.І., Мельник О.І., Метлицька О.П. Тенденції розвитку оптової торгівлі в економіці ринкового типу. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2019. №1. С. 149 – 154.
9. Корман І.І., Семенда О.В., Осадчук Н.В. Маркетингове дослідження каналів розподілу. *Економіка та суспільство*. 2021. # 29. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/566/>.
10. Логістичний менеджмент. За ред. Є. В. Крикавського. Навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 192 с.
11. Маркетингові технології економічного зростання: монографія / М.А. Окландер, О.І. Яшкіна, І.Л. Литовченко; За ред. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2012. 376 с.
12. Пилипчук В.П. Управління продажем : навч. Посібник. К. : КНЕУ, 2011. 627 с.
13. Репич Т. А., Кот І. О. Удосконалення функціонування каналів розподілу за рахунок взаємодії маркетингової та логістичної складової. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №3. С. 61 – 65.
14. Сучасний маркетинг: перспективи розвитку : кол. монографія / за наук. редакцією П.А. Орлова. Вид. ХНЕУ ім. С Кузнеця, 2015. 212 с.
15. Ткаченко С. О. Структурні взаємозв'язки суб'єктів сфери обігу. *Соціальна економіка* . 2019. Вип. 58. С. 27 – 33. DOI: 10.26565/2524 - 2547 - 2019 - 58 - 04.
16. Трішкіна Н. І. Шляхи удосконалення торговельно-посередницької діяльності в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2016. № 2. С. 209 – 213.
17. Чорна М. В., Дядін А. С. Вдосконалення системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в ритейлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів в умовах невизначеності та ризику. *Управління розвитком*. 2017. № 1 - 2. С. 43 – 51.

15. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Український маркетинг-форум. URL: <https://marketingforum.com.ua/>
2. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
3. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/about>
4. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua> .
5. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua>.
6. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
7. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-EJA>.

16. ПЕРЕЗАРАХУВАННЯ ТА ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Перезарахування та визнання результатів навчання з дисципліни «Управління каналами розподілу» або окремого її елемента відбувається відповідно до Положення про порядок визнання в Уманському національному університеті садівництва результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4n0x>).

Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання в неформальній та інформальній освіті (курси навчання в центрах освіти, курси інтенсивного навчання, семінари, конференції, олімпіади, конкурси наукових робіт, літні чи зимові школи, бізнес-школи, тренінги тощо) в обсязі, що загалом не перевищує 25 % освітньої програми.

17. ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

У процесі навчання з дисципліни «Управління каналами розподілу», студенти повинні дотримуватися встановлених правил академічної доброчесності, визначених Кодексом

добросовісності Уманського національного університету садівництва (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4dH7>). При виконанні індивідуальних науково-дослідних завдань, практичних завдань, а також під час проведення контрольних заходів очікується, що всі роботи подані студентами будуть їхніми оригінальними дослідженнями та міркуваннями.

Будь-які види порушення академічної доброчесності, зокрема плагіат, неправомірне використання чужих ідей, фальсифікація даних чи співучасть у таких діях, є абсолютно неприпустимими і не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності у письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від обсягу порушення.

З метою запобігання порушенням і підвищення якості академічних робіт, студентам постійно рекомендується користуватися належними академічними ресурсами та інструментами для перевірки робіт на плагіат, а також звертатися за консультаціями з питань правильного цитування і академічного письма.

18. ЗМІНИ У РОБОЧІЙ ПРОГРАМІ НА 2024/2025 НАВЧАЛЬНИЙ РІК

1. Переглянуто розподіл балів, які отримують студенти в процесі вивчення дисципліни.
2. Оновлено список літературних джерел та інформаційних ресурсів.