

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

 Харенко А.О.

« 29 » 08 2022 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 – 2022 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми Маркетинг. Умань: Уманський НУС, 2022. 17 с.

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

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри О.Г. Пенькова  
«29» серпня 2022 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки і підприємництва

Протокол від «31» серпня 2022 року № 2.

Голова Ю.А.Цимбалюк  
«31» серпня 2022 року

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни		
		денна форма навчання	заочна форма навчання	
Кількість кредитів: 5	Галузь знань 07 – Управління та адміністрування	Обов’язкова		
Модулів – 3 Змістових модулів – 9	спеціальність: 075 «Маркетинг»	<b>Рік підготовки:</b> 4-й   5-й		
Індивідуальне науково-дослідне завдання: курсова робота		<b>Семестр:</b>		
Загальна кількість годин - 150		7-й   9-й	<b>Лекції</b>	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4,2 самостійної роботи студента – 5,4		Освітній рівень: перший (бакалаврський)	36 год.   8 год.	<b>Практичні, семінарські</b>
	Освітня програма «Маркетинг»	34 год.   4 год.	<b>Самостійна робота</b>	
		50 год.   108	Індивідуальні завдання: 30	
		Вид контролю: екзамен		

## **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» є формування у студентів систематичних знань основ управлінської діяльності, маркетингового інструментарію, 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 роздрібною 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

**Місце дисципліни у структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти.** Навчальна дисципліна пов'язана з іншими економічними дисциплінами – «Історія економічних вчень», «Макроекономіка», «Основи бізнесу», «Мікроекономіка», «Економіка підприємств», «Маркетинг», «Стратегічний маркетинг», «Маркетингові дослідження». Знання, отримані за вищевказаними курсами, дозволять студентам освоїти теоретичні основи курсу «Маркетингова політика розподілу» і придбати визначені практичні навички в галузі збуту.

### **Спеціальні (фахові компетентності):**

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

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

### **Програмні результати навчання:**

Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ЗБУТОМ**

##### **Змістовий модуль 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.

##### **Змістовий модуль 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.

##### **Змістовий модуль 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.

##### **Змістовий модуль 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.

##### **Змістовий модуль 5. Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів**

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

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

##### **Змістовий модуль 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.

### **Змістовий модуль 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху**

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

### **Змістовий модуль 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства**

Сучасні тенденції в торгівлі і їх зв'язок з маркетинговими рішеннями. Горизонтальний маркетинговий канал. Основні правила розміщення товару в торговельному залі. Мікромаркетинг як спосіб організації продаж. Дисконтні програми. Схеми дії дисконтних програм. Самообслуговування

### **Змістовий модуль 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту**

Поняття маркетинг-логістики. Класифікація маркетинг-логістики. Основні функції маркетинг-логістики. Процес маркетинг-логістики. Маркетинг-логістика як підсистема логістики. Головні задачі підсистем маркетинг-логістики. Ефективність дії підсистеми маркетинг-логістики.

#### 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.	
<b>Модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ЗБУТОМ</b>								
Змістовий модуль 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу	13	4	2	7	13	2	1	10
Змістовий модуль 2. Організація товарного руху в каналах розподілу	13	4	4	5	13	2	1	10
Змістовий модуль 3. Оптова торгівля в каналах розподілу	14	4	4	6	14	0	0	14
Змістовий модуль 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу	13	4	4	5	13	0	0	13
Змістовий модуль 5. Позамагазинні та особливі форми розподілу товару	14	4	4	6	14	0	0	14
Разом за модулем 1	67	20	18	29	67	4	2	61
<b>Модуль 2. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ЗБУТОМ</b>								
Змістовий модуль 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу	14	4	4	6	14	2	1	11
Змістовий модуль 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху*	13	4	4	5	13	0	0	13
Змістовий модуль 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства	13	4	4	5	13	0	0	13
Змістовий модуль 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту	13	4	4	5	13	2	1	10
Разом за модулем 2	53	16	16	21	53	4	2	47
<b>Модуль 3</b>								
ІНДЗ (курсова робота)	30				30			
Всього по модулю 3	30				30			
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>36</b>	<b>34</b>	<b>70</b>	<b>150</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>108</b>

\*залучені стейкхолдери для спільного проведення аудиторних занять

## 5. Теми семінарських занять

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

## 1. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна/заочна форма
<b>Модуль 1</b>		
1	Змістовний модуль 2. Організація товарного руху в каналах розподілу	4/1
2	Змістовний модуль 3. Оптова торгівля в каналах розподілу	4/0
3	Змістовний модуль 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу	4/0
4	Змістовний модуль 5. Позамагазинні та особливі форми розподілу товару	4/0
<b>Модуль 2</b>		
1	Змістовний модуль 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху	4/0
2	Змістовний модуль 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства	4/0
3	Змістовний модуль 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту	4/1
<b>Разом</b>		<b>28/2</b>

## 7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна/заочна форма
<b>Модуль 1</b>		
1	<b>Змістовний модуль 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу</b> 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.	7/10



2	<p><b>Змістовий модуль 2. Організація товарного руху в каналах розподілу</b></p> <p>1. Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Функції каналів розподілу: пов'язані з угодами, логістичні, обслуговуючі.</li> <li>- Види каналів розподілу.</li> </ul> <p>3. Практичне завдання:</p> <p>Проаналізуйте політику використання підприємством маркетингових каналів (каналів товароруху). Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	5/10
3	<p><b>Змістовий модуль 3. Оптова торгівля в каналах розподілу</b></p> <p>1. Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Маркетингові рішення в оптовій торгівлі</li> <li>- Товарні біржі в процесі оптової торгівлі</li> </ul> <p>3. Практичне завдання:</p> <p>Проаналізуйте організацію оптових закупівель продукції (розглянути три товарні групи) для підприємства. Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	6/14
4	<p><b>Змістовий модуль 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу</b></p> <p>1. Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Послуги роздрібною торгівлі.</li> <li>- Маркетингові рішення з ефективної роботи роздрібною торгівлі.</li> <li>- Фактори, які впливають на розвиток роздрібною торгівлі.</li> </ul> <p>3. Практичне завдання:</p> <p>Проаналізуйте організацію роботи роздрібного магазину. Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	5/13
5	<p><b>Змістовий модуль 5. Позамагазинні та особливі форми роздрібною торгівлі</b></p> <p>1. Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ярмарково-базарна торгівля.</li> <li>- Реалізація уцінених товарів та ношеного одягу.</li> </ul> <p>3. Практичне завдання:</p> <p>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>	6/14
<b>Модуль 2</b>		
6	<p><b>Змістовий модуль 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу</b></p> <p>1. Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Засоби організації служби збуту підприємства в процесі управління каналами розподілу.</li> </ul>	5/13

7	<p><b>Змістовий модуль 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху</b></p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Зміст і цілі плану діяльності управляючого збутом.</li> <li>- Загальна характеристика методів прогнозування збуту: експортного, напруженої екстраполяції, стандартного прирощування ринку, стандартного розподілу імовірності зміни обсягу збуту.</li> </ul> <p>3. Практичне завдання:</p> <p>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.</p>	5/13
8	<p><b>Змістовий модуль 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства</b></p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Дисконтні програми</li> </ul> <p>3. Практичне завдання:</p> <p>Виконайте аналіз роботи посередників за такими критеріями їх оцінки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Відповідність фактичного обсягу плановому;</li> <li>2 Збереження і розвиток відносин з перспективними клієнтами;</li> <li>3 Залучення нових клієнтів;</li> <li>4 Частка посередника в загальному обсязі продажу фірми порівняно з часткою витрат на роботу з цим посередником;</li> <li>5 Виконання договірних умов.</li> </ol> <p>Виберіть найбільш оптимального посередника. Підприємство для аналізу виберіть самостійно, вибір погодьте з викладачем.</p>	5/13
9	<p><b>Змістовий модуль 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту</b></p> <p>1.Опрацювання конспекту лекції.</p> <p>2. Самостійне опрацювання теоретичних питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Головні задачі підсистем маркетинг-логістики.</li> <li>- Ефективність дії підсистеми маркетинг-логістики.</li> </ul> <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>	5/10
	<b>Разом</b>	50/108

## 8. Індивідуальні завдання

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

За погодженням із викладачем може виконуватися курсова робота за іншою тематикою.

## 9. Методи навчання

За основними дидактичними завданнями в рамках вивчення дисципліни використовуватимуться методи оволодіння знаннями, формування умінь і навичок. За джерелом знань використовуватимуться словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів використовуватимуться проблемний, евристичний, дослідницький, репродуктивний методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, семінарів, практичних занять та самостійної роботи студентів.

Передбачено, що передбачені програмою заняття повноцінно реалізують мету студентоцентрованого навчання – активізувати пізнавально-творчу діяльність студентів, організувати суб'єктно-суб'єктну взаємодію. Тому під час їх проведення використовуються елементи і прийоми: рефлексії, дискусії, навчального тренінгу, колаборативного навчання. Це лекції-бесіди, лекції-презентації проектів, лекції з елементами ситуативних вправ, навчального тренінгу.

Під час викладання курсу використовуються наступні методи навчання:

- розповідь – для оповідної, описової форми розкриття навчального матеріалу;
- пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу;
- бесіда – для усвідомлення за допомогою діалогу нових явищ, понять;
- метод навчальної дискусії – для обміну думками щодо проблемних питань дисципліни;
- ілюстрація – для розкриття предметів і процесів через їх символічне зображення (малюнки, схеми, графіки);
- практична робота – для використання набутих знань у розв'язанні практичних завдань;
- аналітичний метод – розклад цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак;
- кейс-метод – використання конкретних випадків (ситуацій, історій, тексти яких називаються «кейсом») для спільного аналізу, обговорення або вироблення рішень студентами з певного розділу навчання дисципліни.

При вивченні дисципліни «Управління каналами розподілу» передбачено можливість широкого застосування дистанційних технологій навчання. Використання технологій дистанційного навчання в Уманському НУС регламентується Положенням «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва». Матеріали курсу «Управління каналами розподілу» розміщені на платформі Moodle: <https://moodle.udau.edu.ua/course/>. В разі запровадження карантинних та інших обмежень, пов'язаних з безпекою учасників освітнього процесу, лекційні, практичні і семінарські заняття проводяться в форматі відеоконференції з використанням платформ: Zoom, Google Meet, Moodle тощо.

## 10. Методи контролю

Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовуються такі методи оцінювання знань:

- поточного контролю з кожної теми курсу у формі опитування, виступів на семінарських та практичних заняттях, тестів, проведення контрольних робіт з врахуванням виконання завдань для самостійної роботи;
- проведення тестового модульного контролю за модулями 1,2;
- підсумкового контролю (здійснюється на основі усного іспиту або тестового контролю знань (за рішенням викладача та адміністрації університету));
- підготовки і захисту ІНДЗ (курсової роботи).

### Розподіл балів, які отримують студенти денної форми

Поточний (модульний) контроль - 70											Підсумковий контроль	Сума	
Змістовий модуль 1 - 37						Змістовий модуль 2 -33							
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							
4	4	4	4	4	17	4	4	4	4	17	30	100	
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							
2	2	2	2	2		2	2	2	2				

### Розподіл балів, які отримують студенти заочної форми

Поточний (модульний) контроль - 70											Підсумковий контроль	Сума	
Змістовий модуль 1 - 35						Змістовий модуль 2 -35							
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	5	0	0	0	25	5	0	0	5	25	30	100	
в т.ч.: практичні/ семінарські заняття						в т.ч.: практичні/ семінарські заняття							
5	5	0	0	0		5	0	0	5				
самостійна робота						самостійна робота							
0	0	0	0	0		0	0	0	0				

#### **Поточний контроль.**

Максимальна сума балів поточного контролю – 70.

Поточний контроль знань студентів включає:

1. Систематичність та активність роботи на семінарських і практичних заняттях;
2. Виконання завдань для самостійної роботи студентів;
3. Тестовий модульний контроль за модулями 1,2.

При контролі систематичності та активності роботи на семінарських та практичних заняттях оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на семінарські та практичні заняття, правильність виконання практичних завдань і написання модульного контролю.

Бали за самостійну роботу враховують: виконання дослідницьких і творчих завдань індивідуально й колективно, результативну практичну роботу в групі, опрацювання навчально-методичних і довідкових джерел, аналіз медіа текстів, презентації, активність самостійної пошукової роботи.

Система оцінювання активності роботи:

а) відповідь з питань семінарів (№1, №5) – 0-2 бали.

в) виконання практичних завдань на практичних заняттях (№ 2, 3, 4, 6, 7, 8) – 0-2 балів.

б) відповідь з теоретичних питань, винесених на самостійне опрацювання (№1, №5) – 0-2 бали.

в) виконання практичних завдань, винесених на самостійне опрацювання та заняттях (№ 2, 3, 4, 6, 7, 8) – 0-2 балів.

Модульний контроль з дисципліни «Управління каналами розподілу» здійснюється у формі тестових завдань.

Система оцінювання тестових завдань модульного контролю. На кожний модульний контроль вноситься 2 варіанта тестових завдань, кожен з яких містить 25 тестів. За 1 правильно вирішене тестове завдання студент отримує 0,68 бали. Тобто за 25 правильно вирішених тестів – 17 балів.

### **Підсумковий контроль.**

Підсумковий контроль з дисципліни «Управління каналами розподілу» здійснюється у формі екзамену.

Екзаменаційний білет складається із 3 теоретичних питань, кожне з яких оцінюється за шкалою від 0 до 10 балів.

Критерії оцінки відповіді на теоретичні питання екзаменаційного білету:

Повна відповідь на питання, яка оцінюється в 8-10 балів, повинна відповідати таким вимогам:

- 1) розгорнутий, вичерпний виклад змісту даної у питанні проблеми;
- 2) повний перелік необхідних для розкриття змісту питання педагогічних категорій та законів;
- 3) виявлення творчих здібностей у розумінні, викладенні й використанні навчально-програмного матеріалу;
- 4) здатність здійснювати порівняльний аналіз різних теорій, концепцій, підходів та самостійно робити логічні висновки й узагальнення; знання історії створення таких теорій та еволюції поглядів основних представників;
- 5) уміння користуватись методами наукового аналізу явищ, процесів і характеризувати їхні риси та форми виявлення;
- 6) демонстрація здатності висловлення та аргументування власного ставлення до альтернативних поглядів на дане питання;
- 7) використання актуальних фактичних та статистичних даних, які підтверджують тези відповіді на питання;
- 8) знання необхідних законів і нормативних матеріалів України, міжнародних та міждержавних угод з обов'язковим на них посиланням під час розкриття питань, які того потребують;
- 9) засвоєння основної та додаткової літератури.

Відповідь на питання оцінюється в 7-5 балів, якщо:

1) відносно відповіді на найвищий бал не зроблено розкриття хоча б одного з пунктів, вказаних вище (якщо він явно потрібний для вичерпного розкриття питання); або, якщо:

2) при розкритті змісту питання в цілому правильно за зазначеними вимогами зроблені значні помилки під час:

- а) використання цифрового матеріалу;
- б) посилання на конкретні концепції та теорії;
- в) формулювання назв законів і нормативних актів України, міжнародних та міждержавних угод, які регламентують організацію освітнього процесу;
- г) визначення авторства і змісту в цілому правильно зазначених теоретичних концепцій, що спотворює логіку висновків під час відповіді на конкретне питання.

Відповідь на питання оцінюється в 4-2 бали, якщо:

1) відносно відповіді на найвищий бал не розкрито трьох чи більше пунктів, зазначених у вимогах до нього (якщо вони явно потрібні для вичерпного розкриття питання);

2) висновки, зроблені під час відповіді, не відповідають правильним чи загально визнаним при відсутності доказів супроти нього аргументами, зазначеними у відповіді.

Відповідь на питання оцінюється в 1-0 бали, якщо:

1) питання не розкрито;

2) характер відповіді дає підставу стверджувати, що особа, яка складає іспит, неправильно зрозуміла зміст питання чи не знає правильної відповіді і тому не відповіла на нього по суті, допустивши грубі помилки у змісті відповіді.

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. Списування під час контрольних заходів заборонені (у тому числі з використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань під час заняття.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	<b>A</b>	відмінно
82-89	<b>B</b>	добре
74-81	<b>C</b>	
64-73	<b>D</b>	задовільно
60-63	<b>E</b>	
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 11. Виконання та захист ІНДЗ

ІНДЗ (курсова робота) оцінюється за 100 бальною шкалою.

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.

Таким чином, якість виконання даного індивідуального науково-дослідного завдання оцінюється в діапазоні від 0 до 70 балів, а результати його захисту оцінюються в діапазоні від 0 до 30 балів.

### Критерії оцінювання знань студентів при виконанні та захисті курсової роботи

1. Текст курсової роботи		70 балів
1	2	3
<b>1.1</b>	Загальні вимоги до тексту роботи: Таким чином, якість виконання даного індивідуального науково-дослідного завдання оцінюється в діапазоні від 0 до 70 балів, а результати його захисту оцінюються в діапазоні від 0 до 30 балів.	<b>25 балів</b>
1.1.1	Наявність та чіткість формування мети і завдання дослідження	3
1.1.2	Відповідність логічної побудови роботи назві теми, а також поставленим цілям і завданням, пропорційність структури роботи	3

1	2	3
1.1.3	Правильність оформлення списку літератури (порядок розміщення, повнота, сучасність, відсутність помилок)	2
1.1.4	Наявність, якість ілюстративних матеріалів (рисуноків, схем, діаграм, графіків, таблиць) у тексті роботи та відповідність їх оформлення встановленим критеріям (вимогам)	3
1.1.5	Правильність оформлення роботи (нумерація сторінок, оформлення титульного аркуша, дотримання вимог до розміру полів, шрифту, міжрядкового інтервалу та інше), відсутність редакційних помилок	4
1.1.6	Повнота і відповідність висновків змісту роботи	10
<b>1.2</b>	<b>Вимоги до змісту курсової роботи:</b>	<b>45 балів</b>
1.2.1	Якість і глибина теоретико-методологічного аналізу проблеми. Наявність та якість критичного огляду літературних джерел. Наявність наукової полеміки. Етика цитування (наявність посилань на літературні джерела). Самостійність суджень і викладу матеріалу (наявність формулювання власної думки студента – автора)	15 балів
1.2.2	Наявність, системність і глибина особистого аналізу сучасних фактичних матеріалів організації, наявність і переконливість узагальнень і висновків з аналізу, виявлення проблем і недоліків у діяльності організації	15 балів
1.2.3	Наявність та логічний зв'язок заходів, що пропонуються для вирішення проблеми, з проведеним у роботі аналізом фактичних матеріалів, їх актуальність та реальність. Розробка альтернативних варіантів рекомендацій, обґрунтування та розрахунок ефективності запропонованих рішень, наявність розрахунків на ЕОМ. Наявність аналізу зарубіжного досвіду та його використання при розробці пропозицій.	15 балів
	<b>2. захист курсової роботи</b>	<b>30 балів</b>
2.1	Володіння культурою презентації (вільне володіння текстом доповіді, наявність в структурі доповіді всіх належних елементів: вітання, представлення, обґрунтування актуальності, мети, завдань курсової роботи, викладення особисто розроблених теоретичних, проблемних, аналітичних та рекомендаційних аспектів роботи, посилання на роздавальний матеріал).	5
2.2	Вміння стисло (в межах регламенту), послідовно й чітко викласти сутність і результати дослідження.	5
2.3	Повнота і ґрунтовність відповідей на запитання викладачів, на зауваження і пропозиції, що містяться у рецензії на курсову роботу, здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди.	10
2.4	Наявність і якість роздавального матеріалу для захисту роботи (наявність матеріалів, що відображають теорію, аналіз і пропозиції; ілюстративний матеріал повинен мати аналітичний характер; чітко, грамотне без будь-яких помилок оформлення; зв'язок доповіді з кожним листком роздавального матеріалу).	10

## 12. Рекомендована література

### Базова

1. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 495 с.
2. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
3. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468с.
4. Панченко, С.В. Управління бізнесом: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2016. 312 с.



5. Пилипчук В.П. Управління продажем : навч. посібник. К.: КНЕУ, 2011. 627 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. Глушченко 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 продавця. 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/>. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-29-29
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. Борисенко М.А., Гронь О.В., Щетинін В.М. Промисловий маркетинг: навчальний посібник. Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. 202 с.
14. 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.
15. Сучасний маркетинг: перспективи розвитку : кол. монографія / за наук. редакцією П.А. Орлова. Вид. ХНЕУ ім. С Кузнеця, 2015. 212 с.
16. 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.
17. Трішкіна Н. І. Шляхи удосконалення торговельно-посередницької діяльності в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2016. № 2. С. 209 – 213.
18. Рожко В.І. Формування системи збуту та розподілу товарів вітчизняного виробництва відповідно до сучасних соціально-економічних вимог. *Управління розвитком: Зб. наук. пр.* Вип. 6. Харків : ХНЕУ, 2010. С. 73 – 75.
19. 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.

#### 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>.

### **13. Зміни у робочій програмі на 2022/2023 навчальний рік**

1. Змінено кількість годин
2. Оновлено список літературних джерел