



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ»
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні в студентів розуміння закономірностей, логіки та механізмів створення і функціонування міжнародної системи розподілу, отримання теоретичних знань і набуття практичних навичок щодо організації та методів управління міжнародними каналами розподілу товарів та послуг.

2. Завдання дисципліни: сформувати у студентів комплекс компетенцій, достатніх для початку роботи за фахом на первинних посадах у логістичних, експортних та маркетингових відділах національних та міжнародних компаній; проаналізувати сучасні можливості інфраструктури світового ринку; обґрунтувати мотивації використання послуг міжнародних торговельних посередників при здійсненні операцій світового ринку, економічних та інфраструктурних умов розвитку торговельного посередництва в Україні.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

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

3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

5. Здатність працювати в міжнародному контексті.

6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

7. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

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

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

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

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії.

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь: ідентифікувати типи міжнародних каналів розподілу та визначати їх ключові параметри; обґрунтовувати стратегічні рішення щодо створення міжнародних каналів розподілу; застосовувати методику вибору міжнародних каналів розподілу та оцінювати ефективність їх функціонування; обґрунтовано обирати певні групи правил INCOTERMS при побудові різних каналів розподілу; враховувати регіональні особливості бізнес-середовища в управлінні міжнародними каналами розподілу товарів та послуг.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Міжнародні канали розподілу: сутність, типи та ключові характеристики.

2. Структура та особливості процесу управління міжнародними каналами розподілу.

3. Учасники, рівні та функції каналів розподілу товарів та послуг на міжнародних ринках.

4. Типові конфігурації, критерії обґрунтування типу та структури каналів розподілу товарів та послуг на закордонних ринках.

5. Правила INCOTERMS в міжнародній торгівлі.

6. Регіональні особливості міжнародних каналів розподілу.

7. Глобальні розподільчі мережі.