



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ» - дисципліна вільного
вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.

Мета навчальної дисципліни полягає у засвоєнні знань щодо формування, вибору та функціонування каналів розподілу, прогнозування, управління та організації системи розподілу підприємства.

2. Завдання дисципліни «Маркетингова політика розподілу»:

- одержати систематичні, теоретичні знання в галузі маркетингової політики розподілу;
- поглибити знання студентів 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.

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

1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність працювати в міжнародному контексті.
4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
5. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
6. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
7. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
8. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
9. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
10. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь управління маркетинговими каналами розподілу, обґрунтування доцільності вибору каналу розподілу для нарощення обсягів реалізації продукції та збільшення прибутковості підприємства. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню сутності та інструментів оптимізації системи розподілу продукції.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу
2. Канали розподілу товарів: поняття, характеристики та різновиди.
3. Система розподілу товарів промисловим підприємством.
4. Гуртові посередники у каналах розподілу продукції.
5. Роздрібні посередники у каналах розподілу продукції.
6. Оптимізація систем розподілу продукції.
7. Конкуренція та конфлікти в каналах розподілу продукції.
8. Логістичні учасники каналів розподілу.
9. Оптимізація управління товарорухом в каналах розподілу.
10. Особливості маркетингової політики розподілу в системах прямого та інтерактивного маркетингу