

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА
КУЗНЕЦЯ



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник керівника
(проректор з науково-педагогічної роботи)

М.В. Афанасьєв
М.В. Афанасьєв

УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ ТА ЗБУТУ

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**

Спеціальність **075 «Маркетинг»**

Освітній рівень **перший (бакалаврський)**

Освітня програма **«Маркетинг»**

Вид дисципліни **вибіркова**

Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Завідувач кафедри економіки і маркетингу

Орлов П.А.

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019

Затверджено
на засіданні кафедри економіки і маркетингу
Протокол № 1 від 20.08.2019

Розробник
Рожко В.І., к.е.н., доц. кафедри економіки і маркетингу

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

1. Вступ

Анотація навчальної дисципліни: В умовах підвищення конкуренції підприємствам для ефективного функціонування необхідні фахівці-маркетологи, що володіють знаннями щодо дослідження каналів розподілу; збуту товарів, що виробляються підприємством, а також, теоретичними та практичними питаннями формування, конструювання й функціонування каналів розподілу та збуту продукції на ринку.

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу та збуту» є освоєння основ управлінської діяльності, маркетингового інструментарію, ефективного функціонування каналів розподілу; збуту та просування товарів на ринок.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Управління каналами розподілу та збуту» є вивчення науково-теоретичних та практичних питань дослідження формування, конструювання та функціонування каналів розподілу; форм та методів роботи посередників у каналах; підвищення ефективності їхньої діяльності та оптимізації витрат у процесі товарного руху з урахуванням вимог ринку та прибутковості діяльності всіх суб'єктів, зайнятих цією діяльністю.

Розподіл товарно-матеріальних ресурсів за ринкових умов має підставою поділ праці, вільний вибір виробничих, ділових, комерційних партнерів на засаді економічних та інших інтересів. Дія закону вартості балансує попит та пропозицію через кон'юнктуру, яка враховує це співвідношення та регулює його через механізм ціноутворення, формування «комерційного портфеля», запасів товарно-матеріальних ресурсів і через механізм експортно-імпортних поставок. Розподіл товарів передбачає їх фізичне доведення від виробників до споживачів з оглядом на різне їх територіальне розміщення, різний час виробництва та споживання. Фізичне переміщення товарів від виробника до кінцевих споживачів стає ефективнішим унаслідок участі посередників, які відіграють значну роль у наданні послуг як виробникам, так і споживачам. Цим зумовлюється створення збутової мережі або так званих каналів розподілу.

Навчальна дисципліна пов'язана з іншими економічними дисциплінами – «Історія економічних навчань», «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.

Курс	3	
Семестр	6	
Кількість кредитів ECTS	5	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	32
	семінарські, практичні	22 + лабор. - 10
Самостійна робота		86
Форма підсумкового контролю		іспит

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Управління витратами і прибутком	Промисловий маркетинг
Маркетингові комунікації	Комерційна діяльність
Міжнародний маркетинг	Управління товарними марками
Мікроекономіка	Сучасні інформаційні технології в наукових та маркетингових дослідженнях

2. Компетентність та результати навчання за дисципліною:

Компетентності	Результати навчання
Здійснювати оптимальний вибір каналів розподілу та збуту	Володіти сутністю та значенням маркетингової політики розподілу
	Володіти організацією товарного руху в каналах розподілу
	Володіти інструментарієм оптової та роздрібної торгівлі в каналах розподілу
	Визначати маркетингову політику розподілу та каналів розподілу
Обґрунтовувати управлінські рішення щодо удосконалення розподілом та збутом	Визначати організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу
	Здатність визначати оптимальну структуру каналів розподілу та збутом
	Аналізувати діяльність посередників як фактор підвищення ефективності збуту
	Здійснювати управління діяльністю в процесі товарного руху планування, прогнозування обсягів збуту

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 управлінням 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 лабораторного заняття 1. Економічна доцільність використання посередників у каналах розподілу. Залежні та незалежні посередники.

Тема 3. Оптова та роздрібна 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. 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, позакрамнична торгівля. Послуги роздрібною торгівлі. Маркетингові рішення з ефективної роботи роздрібною торгівлі. Фактори, які впливають на розвиток роздрібною торгівлі.

Тема 4. Вибір маркетингової політики розподілу та каналів розподілу

Вибір маркетингової політики розподілу – стратегія підприємства стосовно ведення комерційної діяльності. Передумови, які зумовлюють актуальність вибору політики розподілу. Види розподілу та їх зміст: інтенсивний, винятковий (ексклюзивний), селективний. Фактори, що зумовлюють вибір каналу розподілу. Фактори, що зумовлюють відмову від каналу розподілу. Економічна доцільність застосування прямого каналу та прямого продажу товарів. способи прямого продажу товарів і їх зміст. Основні показники оцінки роботи посередників у каналах розподілу.

Тема лабораторного заняття 2. Економічна вигідність застосування однорівневих та багаторівневих каналів розподілу.

Змістовий модуль 2. Економічні аспекти управлінських рішень щодо управління розподілом та збутом

Тема 5. 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.

Тема лабораторного заняття 3. Методи вирішення завдань збутової діяльності підприємств у каналах розподілу та їхній зміст.

Тема 6. Вибір оптимального каналу розподілу

Основні параметри порівняльної характеристики каналів розподілу, їх вплив на прийняття рішення про структуру каналу з урахуванням альтернативних варіантів. Критерії вибору каналу розподілу. Зміст контролінга в системі збуту. Мети і види контролінг-збуту. Головні функції контролінг-збуту. Стратегічний і оперативний контролінг-збут.

Тема лабораторного заняття 4. Кількісні методи прогнозування результатів збуту.

Тема 7. Маркетинг-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.

Тема 8. Управління діяльністю в процесі товарного руху

Єдність цілей учасників товарного руху. Зовнішнє середовище каналів розподілу та його вплив на прийняття управлінських рішень. Внутрішнє середовище каналів розподілу та його вплив на прийняття управлінських рішень. Планування, прогнозування діяльності зі збуту в каналах розподілу. Види планів та їхній зміст. Зміст і цілі плану діяльності управляючого збутом. Загальна характеристика методів прогнозування збуту: експортного, напрямленої екстраполяції, стандартного прирощування ринку, стандартного розподілу імовірності зміни обсягу збуту.

Тема лабораторного заняття 5. Прогнози працівників збуту та торгового персоналу як методи оцінки розвитку каналів розподілу.

4. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей (див. табл. 2.1) у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, лабораторних занять, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять, лабораторних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу.

Поточний контроль з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

- активна робота на лекційних заняттях;
- активна участь у виконанні практичних завдань;
- активна участь у дискусії та презентації матеріалу на семінарських заняттях;
- захист індивідуального та комплексного розрахункового завдання;
- перевірка есе за заданою тематикою;
- проведення поточного тестування;
- проведення письмової контрольної роботи;
- експрес-опитування;
- проведення диктанту за лекційним матеріалом.

Модульний контроль з даної навчальної дисципліни проводиться у формі колоквіуму. **Колоквіум** – це форма перевірки й оцінювання знань студентів у системі освіти у вищих навчальних закладах. Проводиться як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача.

Підсумковий/семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену. **Семестрові екзамени** – форма оцінки підсумкового засвоєння студентами теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни, що проводиться як контрольний захід.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських завдань проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- практичних занять за такими критеріями:
 - вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач;
 - логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії;
 - вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
 - лабораторних занять за такими критеріями:
 - проведенні розрахунків у процесі виконання лабораторних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
 - арифметична правильність виконання лабораторного та комплексного розрахункового завдання.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності індивідуального завдання студента або його усної відповіді всім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової знижує кількість балів. При оцінюванні індивідуальних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу, згідно з графіком навчального процесу. Якщо якась із вимог не буде виконана, то бали будуть знижені.

Поточні контрольні роботи проводяться 2 рази за семестр. Тест включає запитання одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни.

Колоквіум проводиться 2 рази за семестр та включає практичні завдання різного рівня складності відповідно до тем змістового модуля.

Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів. Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є:

- самореалізація на семінарських заняттях;
- глибина і міцність знань, рівень мислення;
- володіння категорійним апаратом;
- навички і прийоми виконання практичних завдань;
- вміння систематизувати знання за окремими темами;
- вміння робити обґрунтовані висновки;
- вміння знаходити необхідну інформацію;
- здійснювати її систематизацію та обробку даних при виконанні лабораторних завдань.

Критеріями оцінювання есе є:

- здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань;
- вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання;
- застосування аналітичних підходів;
- якість і чіткість викладення міркувань;
- логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;
- самостійність виконання роботи;
- грамотність подачі матеріалу;
- використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;
- оформлення роботи.

Порядок підсумкового контролю з навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Завданням екзамену є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Студент, який із поважних причин, підтверджених документально, не мав можливості брати участь у формах поточного контролю, тобто не склав змістовий модуль, має право на його відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання за розпорядженням декана факультету відповідно до встановленого терміну.

Студент **не може бути допущений** до складання екзамену, якщо кількість балів, одержаних за результатами перевірки успішності під час поточного та модульного контролю відповідно до змістового модуля впродовж семестру, в сумі не досягла 35 балів. Після екзаменаційної сесії декан факультету видає розпорядження про ліквідацію академічної заборгованості. У встановлений термін студент добирає залікові бали.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної *"Відомості обліку успішності"*.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: *"60 і більше балів – зараховано"*, *"59 і менше балів – не зараховано"* та заноситься у залікову *"Відомість обліку успішності"* навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів студент обов'язково здає залік після закінчення екзаменаційної сесії у встановлений деканом факультету термін, але не пізніше двох тижнів після початку семестру. У випадку повторного отримання менше 60 балів декан факультету призначає комісію у складі трьох викладачів на чолі із завідувачем кафедри та визначає термін перескладання заліку, після чого приймається рішення відповідно до чинного законодавства: "зараховано" – студент продовжує навчання за графіком навчального процесу, а якщо "не зараховано", тоді декан факультету пропонує студенту повторне вивчення навчальної дисципліни протягом наступного навчального періоду самостійно.

Розподіл балів за тижнями

Теми змістовного модулю		тижні	лекції	практичні	есе	презентація	поточні КР	КОЛОКВІУМ	Σ
ЗМ 1	ТЕМА 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу	1-2	1	1					2
	ТЕМА 2. Організація товарного руху в каналах розподілу	3-4	1	1	2				4
	ТЕМА 3. Оптова та роздрібна торгівля в каналах розподілу	5-6	1	1		3	4		9
	ТЕМА 4. Вибір маркетингової політики роз-поділу та каналів розподілу	7-8	2	1				12	15
ЗМ 2	ТЕМА 5. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу	9-10	1	1	2				4
	ТЕМА 6. Вибір оптимального каналу роз-поділу	11-13	0,5	0,5		3			4
	ТЕМА 7.. Маркетинг-логістика як фактор підвищення ефективності збуту	14-16	0,5	0,5			4		5
	ТЕМА 8. Управління діяльністю в процесі товарного руху	17-18	2	3				12	17
Σ			9	9	4	6	8	24	60
Іспит									40
Σ			9	9	4	6	8	24	100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

5. Рекомендована література

5.1. Основна

1. Маркетинг: навчальний посібник / Орлов П.А., Косенков С.І., Прохорова Т.П. та ін. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528с. Укр. Яз.
2. Промисловий маркетинг: навчальний посібник / М.А. Борисенко, О.В. Гронь, В.М. Щетинін. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. – 202 с. укр. Яз.
3. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку. Мнографія І П.А. Орлов, Г.О. Холодний, Н.І. Алдохіна, В.І. Рожко та ін. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 232 с. укр. Яз.
4. Сучасний маркетинг: перспективи розвитку // кол. монографія за наук. редакцією П.А. Орлова. - Вид. ХНЕУ ім. С Кузнеця, 2015. – 212 с.

5. . Формування системи збуту та розподілу товарів вітчизняного виробництва відповідно до сучасних соціально-економічних вимог / Рожко В.І. - Управління розвитком: Зб. наук. пр. – Вип. 6. – Харків: ХНЕУ, 2010. – С. 73 – 75.

5.2. Інтернет – ресурс

6. Aup.ru - подборка публикаций по менеджменту, маркетингу, экономике, финансам.
7. E-executive.ru - сообщества менеджеров-профессионалов
8. <http://www.aup.ru> (сайт журнала «Административно-управленческий портал»)
9. <https://pns.hneu.edu.ua/login/index.php#section-7> (сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця)
10. <http://www.businessdecision.ru> (портал «Business & Decision»)
11. <http://www.ecsocman.edu.ru> (портал «Экономика. Социология. Менеджмент»)
12. <http://www.ptpu.ru> (сайт журнала «Проблемы теории и практики управления»)
13. <http://www.devbusiness.ru> (сайт «Развитие Бизнеса»)