



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Управління каналами розподілу»

Рівень вищої освіти:	<u>перший (бакалаврський)</u>
Спеціальність:	<u>075 «Маркетинг»</u>
Освітня програма:	<u>Маркетинг</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2025-2026 н.р., семестр 7</u>
Курс (рік навчання)	<u>4 (4)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>5</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Ірина Корман
Профайл лектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/korman-irina-ivanivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	irynakorman@gmail.com
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1684

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	- 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 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
Компетентності	- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. - Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. - Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Програмні результати навчання	- Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. - Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. - Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. - Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. - Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції / практичні (семінарські, лабораторні))	Зміст тем курсу	Завдання	Оціню- вання (балів)	Залучені стейкхолдери (спільне проведення аудит. занять)
Модуль 1					
Тема 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу	4/2	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.	Опрацювання лекційного матеріалу, виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 2. Організація товарного руху в каналах розподілу	4/4	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.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 3. Оптова торгівля в каналах розподілу	4/4	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.	Опрацювання лекційного матеріалу, виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу	4/2	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.	Опрацювання лекційного матеріалу, виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-

Тема 5. Non-store and special forms of product distribution	4/4	Distribution of goods through a retail network. Mobile trade. Fair-market trade. Commission sale of non-food products. Sale of goods at auctions. Sale of discounted goods and used clothes. E-Commerce.	Опрацювання лекційного матеріалу, виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Модульний контроль				17	
Модуль 2					
Тема 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу	4/4	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.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 7. Управління діяльністю в процесі товарного руху	4/2	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, напруженої екстраполяції, стандартного прирошування ринку, стандартного розподілу імовірності зміни обсягу збуту.	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства	2/2	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	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту	2/4	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 підсистем маркетинг-логістики	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання дослідницького завдання, наведеного в інструктивно-методичних матеріалах, проходження	4	-

			тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Модульний контроль				17	
Всього за 7 семестр	32/28			70	
Екзамен				30	
Всього за курс				100	
Модуль 3					
Курсова робота	30	Робота над бібліографією та аналітичними даними. Структуризація змісту роботи. Визначення мети та завдань дослідження. Розробка методики та виклад матеріалів курсової роботи. Формулювання висновків. Оформлення списку використаних джерел. Редакційне оформлення курсової роботи відповідно до встановлених вимог.	Самостійна робота, перевірка на антиплагіат (за вимогою наукового керівника), рецензування науковим керівником	100	

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо). Встановлюється, що при вивченні дисципліни до моменту підсумкового контролю (іспиту) здобувач може набрати максимально 70 балів. На підсумковому контролі (іспит) здобувач може набрати максимально 30 балів, що в сумі і дає 100 балів.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

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	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

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			
самостійна робота						самостійна робота						
2	2	2	2	2		2	2	2	2			

Оцінювання курсових робіт

Критерій за яким оцінюється робота	Рейтинговий бал
1. Перевірка курсової роботи:	70
• відповідність змісту курсової роботи (проекту) завданню та вимогам навчально-методичних рекомендацій щодо її виконання;	45
• самостійність вирішення поставленої задачі, проектного рішення, виконання розрахунків, наявність графіків та таблиць;	10
• наявність елементів науково-дослідного характеру;	10
• відповідність стандартам оформлення;	5
2. Захист курсової роботи (проекту); в тому числі:	30
• доповідь;	10
• правильність відповідей на поставлені запитання	20
Всього	100