



## **СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»**

**Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)**

**Спеціальність: 075 Маркетинг**

**Рік навчання: 4-й, семестр 7-й**

**Кількість кредитів ECTS: 5 кредитів**

**Назва кафедри: Аграрного менеджменту та  
маркетингу**

**Мова викладання: українська**

**Лектор курсу**

**д.е.н., доцент Логоша Роман Васильович**

**Контактна інформація  
лектора (e-mail)**

**lrv@vsau.vin.ua, konffmp@ukr.net**

### **ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«Маркетингова політика розподілу» є обов'язковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни – 150 год.: лекції – 30 год.; практичні заняття – 28 год., самостійна робота – 92 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – іспит.

### **ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ**

«Маркетингова політика розподілу» належить до навчальних дисциплін обов'язкової компоненти;

при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквизитів): «Економічна теорія (Основи економічної теорії)», «Економічна теорія (Мікроекономіка, Макроекономіка)», «Основи маркетингу», «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингове планування»;

основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквизитів): «Логістика».

### **ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

#### **Призначення навчальної дисципліни**

Освітня компонента «Маркетингова політика розподілу» спрямована на отримання здобувачами вищої освіти важливої і універсальної компетентності – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та

практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

### **Мета вивчення навчальної дисципліни**

Мета вивчення навчальної дисципліни – здобути глибокі теоретичні знання та набути практичних навичок з маркетингової політики розподілу, володіти сучасними теоретико-методичними підходами щодо формування ефективної маркетингової політики розподілу на підприємстві, методами створення та удосконалення каналів збуту продукції відповідно до умов ринку та вимог споживача, управління якістю, конкурентоспроможністю продукції під впливом аналізу попиту та пропозиції з урахуванням специфіки на сучасному етапі розвитку вітчизняної ринкової економіки.

### **Завдання вивчення дисципліни**

Програма дисципліни орієнтована на вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності тощо.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен сформувати програмні компетентності.

*інтегральні компетентності (ІК):*

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

*загальні компетентності (ЗК):*

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

*спеціальні (фахові) компетентності (СК):*

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

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

*програмні результати (Р):*

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, метод самопрезентації).

## План вивчення навчальної дисципліни

Тиждень	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
	Тема 1. Сутність та основні елементи політики розподілу.	4	4	11
	Тема 2. Характеристики та організація роботи підприємств оптової торгівлі.	4	2	11
	Тема 3. Поняття, класифікація, маркетингові технології та організація роботи підприємств роздрібною торгівлі.	4	4	12
	Тема 4. Організація роботи служби збуту.	2	4	11
	Тема 5. Планування процесу продаж.	4	4	12
	Тема 6. Стратегічні рішення в каналах розподілу.	4	4	11
	Тема 7. Формування ефективної збутової політики підприємств.	4	2	12
	Тема 8. Законодавча база України стосовно політики розподілу підприємств.	4	4	12
<b>Разом</b>		<b>30</b>	<b>28</b>	<b>92</b>

### Самостійна робота здобувачів вищої освіти

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основним засобом засвоєння навчального матеріалу під час позааудиторної навчальної роботи. Самостійна робота здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачем за час навчання, їх поглиблення, а також набуття та вдосконалення практичних навичок і вмінь відповідно до обраної спеціальності

Виконання здобувачем вищої освіти самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця який забезпечує викладання даної навчальної дисципліни у ВНЗ.

Організація самостійної роботи здобувачів вищої освіти передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розроблення навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання

здобувачем самостійної роботи.

### Види самостійної роботи здобувача

№ з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання навчального матеріалу (за конспектом лекцій, навчально-методичною і науковою літературою), пошук інформації в бібліотеках, мережі Інтернет, використання баз даних інформаційно-пошукових та довідникових систем	28	щотижнево	Усне опитування
2	Підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять)	28	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Підготовка доповідей, презентацій, есе	22	2 рази на семестр	Обговорення, виступ з презентацією, усний захист
4	Підготовка до проміжних та атестаційних контрольних робіт та тестування	14	2 рази на семестр	Тестування у системі СОКРАТ
<b>Разом</b>		<b>92</b>		

Контроль результатів самостійної роботи здобувача вищої освіти може здійснюватися під час лекційних і практичних занять або поза ними у письмовій, усній або змішаній формі з поданням результату самостійної роботи здобувача або у формі тестування.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

### Список основної та додаткової літератури

#### Основна:

1. Про акцизний збір на алкогольні напої та тютюнові вироби: Закон України № 329/95-ВР від 15 верес. 1995 р. // Закони України. – К.: Інститут законодавства Верховної Ради України. 1997 р. т. 2.

2. Про державне регулювання виробництва і торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами: Закон України № 481/95-ВР від 19 груд. 1995 р. // Відомості Верховної Ради. 1995. № 46. С. 345.

3. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-ХІІ від 12 трав. 1991 р. // Закони України. Київ : Інститут законодавства Верховної

Ради України. – 1997 р. – т. 1.

4. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України № 1775-III 1 черв. 2000 р. // Закони України. Київ: Верховна Рада України. Парламентське видавництво. – 2001 р.

5. Про патентування деяких видів підприємницької діяльності: Закон України № 98/96-ВР від 23 берез. 1996 р. // Закони України. Київ : Верховна Рада України. Парламентське видавництво. – 1999 р.

6. Правила продажу продовольчих товарів: Затв. наказом Міністерства зовн. економ. зв'язків і торгівлі України № 237 від 28 груд. 1994 р. // Збірник систематиз. законодавства. – лют. 2003 р. – Вип. 2: Торговельна діяльність. С. 23–35.

7. Правила продажу непродовольчих товарів: Затв. наказом Міністерства зовн. економ. зв'язків і торгівлі України № 294 від 27 трав. 1996 р. // Збірник систематиз. законодавства. – лют. 2003 р. – Вип. 2: Торговельна діяльність. С. 6–22.

8. Правила роздрібної торгівлі алкогольними напоями: Затверджені постановою Кабінету Міністрів України № 854 від 30 липня 1996р. // Зб. систематиз. законодавства. – Лют. 2003 р. – Вип. 2: Торговельна діяльність. С.36–40.

9. Правила роздрібної торгівлі тютюновими виробами: Затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції № 218 України від 24 липня 2002р. // Зб. систематиз. законодавства. – Лют. 2003 р. – Вип. 2: Торговельна діяльність. С. 41–46.

10. Виноградська А.М. Комерційне підприємство: сучасний стан, стратегії розвитку: Монографія. Київ: Центр навч. літ-ри, 2004. 807 с.

11. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для вузів. Київ : Лібра, 1998. 384с.

12. Гінгстон П. Найкраща книга про збут і маркетинг: Пер. з англ. – Львів: Сейбр-Світло, 1996. 208с.

13. Крамченко Л.І. Управління комерційною діяльністю оптового підприємства на засадах ситуаційного підходу: Автореф. дис.... канд. екон. наук; 08.06.02 / НАН України, Інститут регіональних досліджень. Львів. 1997. 15 с.

14. Організація торгівлі: Підручник / В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький, С.І. Рудницький. Київ: Центр навчальної літ., 2021. 616с.

15. Панкратов Ф.Г., Серьогіна Т.К. Комерційна справа. Рівне: Вид. агенція «Вертекс», 2020. 352 с.

17. Теорія та практика торговельного обслуговування: Навч. посіб. / В.В.Апопій, І.П.Міщук, С.І. Рудницький, Ю.М.Хом'як. Київ : Центр навчальної літ., 2005. 496.

#### **Додаткова:**

1. Земляков І.С. Основи маркетингу. Київ: ЦУЛ, 2005. 117 с.

2. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики / Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С. Я. Львів: “Новий Світ-2000” ; “Магнолія Плюс”. 2003. 288 с.

3. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу. Київ: Кондор, 2005. 240 с.
4. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. К.: КНЕУ, 2003. 246 с.
5. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання-Прес, 2003. 326 с.
6. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг. Київ: “Фірма “ІНКОС”, ЦНЛ, 2007.
7. Логоша Р.В., Семчук І.А. Ідентифікація моделей маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. *Економіка АПК*. 2020. № 12 (314). С. 45-54.
8. Lohosha R. V., Gorinska V. M. Improvement of the marketing activity management system of farms. *Colloquium-journal*. 2021. № 4 (91), część 3. P. 40-49.
9. Логоша Р.В., Колесник Т.В. Гносеологія поняття «ринок» як основної економічної категорії в контексті множини супутніх економічних категорій. *East European Scientific Journal*. 2020. №5 (57), part 1. P. 24 – 32.

#### **Інтернет-ресурси:**

1. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
2. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

#### **Інформаційні ресурси:**

4. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу» (внутрішній сайт ВНАУ).
5. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ), репозиторій ВНАУ.

#### **Контроль і оцінка результатів навчання**

У відповідності до положення “Про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Вінницькому національному аграрному університеті”, розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль – загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи – 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв’язування задач та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) – 10 балів; показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності - 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) – 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов’язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом підсумкової контрольної роботи (колоквіуму).

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60%

підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

### Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності		Бали
<b>Атестація 1</b>		
1	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Виконання домашніх завдань	4
4	Виконання контрольних робіт, тестування	10
5	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	8
<b>Всього за атестацію 1</b>		<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>		
6	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Виконання домашніх завдань	4
9	Виконання контрольних робіт, тестування	10
10	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	8
<b>Всього за атестацію 2</b>		<b>30</b>
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності		<b>10</b>
<b>Підсумкове тестування</b>		<b>30</b>
<b>Разом</b>		<b>100</b>

### Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## Критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.