



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки	<u>Торговое дело</u>
Профиль	<u>Маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б1</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б1.В.16</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>4 курс, 7 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>экзамен</u>
Год	<u>2023</u>

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинговая политика распределения» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) "Маркетинг и рыночная аналитика" составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 963, Профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04 июня 2018 г. № 366н, Профессионального стандарта 08 037 «Бизнес-аналитик», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 г. № 592н.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры
Протокол №03/23 от 24.03.2023

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Маркетинговая политика распределения» является изучение научно-теоретических основ и практических вопросов формирования, конструирования и функционирования каналов распределения.

Задачи:

- изучение основных категорий и функциональных областей маркетинговой политики распределения;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговой политики распределения;
- развитие опыта и навыков управления маркетинговой политикой распределения;
- формирование у обучающихся системного мышления, необходимого для эффективного осуществления профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговая политика распределения» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. «Дисциплины» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) "Маркетинг и рыночная аналитика".

Код компетенции	Предшествующие дисциплины, практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины, практики	Последующие дисциплины, практики
ПК-4	—	Маркетинговая политика распределения Организация продаж Управление продажами и брендами	Организация продаж Управление продажами и брендами Интернет маркетинг Производственная практика, технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-4 Способен разрабатывать,	ПК-4.1 Способен анализировать подходы к формированию сбытовой	Знать: принципы и методы реализации политики

внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	политики организации	распределения
		Уметь: анализировать подходы к формированию сбытовой политики организации
		Владеть: способностью к анализу подходов к формированию сбытовой политики организации
	ПК-4.2 Способен создавать каналы распределения (дистрибуции) и внедрять сбытовую политику организации	Знать: основы формирования, конструирования и функционирования каналов распределения
		Уметь: создавать каналы распределения (дистрибуции) и внедрять сбытовую политику организации
		Владеть: способностью создавать каналы распределения (дистрибуции) и внедрять сбытовую политику организации
ПК-4.3 Способен совершенствовать сбытовую политику организации	Знать: способы совершенствования сбытовой политики организации	
	Уметь: совершенствовать сбытовую политику организации	
	Владеть: навыками совершенствования сбытовой политики организации	

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Объём дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	Ак. часов	
	Всего	По семестрам
		7 семестр
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	29	29
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	28	28
• занятия лекционного типа	14	14
• занятия семинарского типа:	14	14
практические занятия	14	14
лабораторные занятия	—	—
в том числе занятия в форме практической подготовки	4	4
Консультации	0,5	0,5

Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего	79	79
– курсовая работа (проект)	—	—
– конспектирование учебной и специальной экономической литературы	30	30
– работа в ЭБС	39	39
– подготовка доклада с мультимедийной презентацией	10	10
3. Промежуточная аттестация: экзамен	36	36
ИТОГО:	ак. часов	144
Общая трудоемкость	зач. ед.	4

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Раздел 1. Сущность и структура каналов распределения

Тема 1. Сущность каналов распределения

Сущность распределения с точки зрения макроэкономики. Структура каналов распределения. Прямое распределение: его преимущества и недостатки. Косвенное распределение: его преимущества и недостатки. Маркетинговые функции канала распределения. Цели распределения. Показатели доступности товаров: количество торговых точек, качество торговых точек. Определение длины канала распределения. Критерии выбора длины товара: выгоды, затраты, гибкость, контроль над продажами.

Тема 2. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения

Определение интенсивности распределения: интенсивное распределение, селективное распределение, эксклюзивное распределение. Определение формулы магазина: цены на товары, обслуживание, ширина ассортимента, месторасположение, целевая группа. Протягивающее распределение. Проталкивающее распределение. Многоканальное распределение. Связь между маркетинговыми целями и стратегиями распределения, числовое распределение, взвешенное распределение, средняя доля в обороте магазина, доля рынка. Сотрудничество в канале распределения. Традиционный канал распределения. Вертикальная маркетинговая система. Конфликты в распределении. Конфликты в распределении. Выбор доминирующего канала для типа продукта.

Раздел 2. Маркетинговые решения каналов распределения

Тема 3. Маркетинговые решения в оптовой торговле

Оптовая торговля. Физическое распределение. Функции оптовиков: от имени производителя, от имени розничной торговли. Типы оптовых торговцев. Классификация оптовиков по ассортименту, по функциям. Опасности и тенденции вытеснения оптовиков: со стороны производителей, со стороны

розничной торговли. Реакции основной торговли на вытеснение оптовика. Маркетинг в оптовой торговле: целевой рынок, ассортимент, цена, продвижение, физическое распределение.

Цели физического распределения и области принятия решений. Понятие уровня обслуживания потребителей. Критерии качества обслуживания: время доставки, объем поставки, частота поставок, возможности экстренных поставок, допустимый процент повреждения товара.

Основные элементы управления физическим распределением: запасы, выбор места расположения складов, транспортировка. Расчет экономического размера поставки. Система хранения запасов и размещение запасов точно в срок. ПВС-анализ в управлении запасами. Складирование и основные функции: хранение, перегруппировка, перегрузка.

Прогнозирование товарооборота: метод анализа временных рядов, экспоненциальное сглаживание, корреляционно-регрессионная зависимость. Прогнозирование спроса и управление заказами.

Государственная закупка и государственный заказ.

Тема 4. Маркетинговые решения в розничной торговле

Понятие розничной торговли. Основные тенденции развития розничной торговли. Формы розничной торговли: специализированный магазин, флагманские магазины, супермаркет, универмаг, гипермаркет, продажа по образцам, киоск, уличная торговля, прямые продажи, продажи через автоматы, электронная торговля.

Формы кооперации: корпоративная сеть, добровольная сеть, кооператив торговцев, франчайзинг, концессии, сервисное сопровождение продаж, универмаг с независимости отделами. Анализ развития розничной торговли. Ориентация торговцев на первичные потребности, ориентация на вторичные потребности. Гибридные формы розничной торговли. Колесо розничной торговли. Маркетинг в розничной торговле. Комплекс маркетинга розничного торговца.

Тема 5. Маркетинговая логистика каналов распределения

Понятие маркетинговой логистики. Цели и задачи маркетинговой логистики. маркетинговой логистические системы. Минимизация логистики. издержек Интегрированные функционирования логистической системы. Решения, принимаемые в маркетинговой логистике: по обработке заказов, складированию, управлению запасами и транспортировке товаров. Оценка эффективности системы маркетинговой логистики.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)	Индикаторы достижения
-------	---------------------------------------	--	-----------------------

		занятия лекци онного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самос тоятельн ая работа	ния компетен ций
Раздел 1. Сущность и структура каналов распределения					
1	Тема 1. Сущность каналов распределения	2	2	15	ПК-4.1
2	Тема 2. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения	2	2	16	ПК-4.1
Раздел 2. Маркетинговые решения каналов распределения					
3	Тема 3. Маркетинговые решения в оптовой торговле	4	4	16	ПК-4.2
4	Тема 4. Маркетинговые решения в розничной торговле	4	4/2	16	ПК-4.2
5	Тема 5. Маркетинговая логистика каналов распределения	2	2/2	16	ПК-4.3
	ИТОГО:	14	14/4	79	

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (ак.час.)	
			Очная форма обуче ния	Очно- заочная форма обучени я
Раздел 1. Сущность и структура каналов распределения				
1	Тема 1. Сущность каналов распределения	Сущность каналов распределения Проверка выполнения домашнего задания. Устный опрос Обсуждение доклада с презентацией.	6	2
2	Тема 2. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения	Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения Проверка выполнения домашнего задания. Устный опрос Обсуждение доклада с презентацией.	4	2
Раздел 2. Маркетинговые решения каналов распределения				
3	Тема 3. Маркетинговые решения в оптовой торговле	Маркетинговые решения в оптовой торговле Проверка выполнения домашнего задания Устный опрос Обсуждение доклада с презентацией.	6	4
4	Тема 4. Маркетинговые решения в розничной торговле	Маркетинговые решения в розничной торговле Проверка выполнения домашнего задания	6	4

		Устный опрос Обсуждение доклада с презентацией.		
5	Тема 5. Маркетинговая логистика каналов распределения	Маркетинговая логистика каналов распределения Проверка выполнения домашнего задания Устный опрос Обсуждение доклада с презентацией.	4	2
	ИТОГО		26	14

8. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Методические материалы

Основная цель самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Маркетинговая политика распределения» – закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, сформировать навыки в соответствии с требованиями, определенными в ходе занятий семинарского типа.

Для успешного освоения дисциплины учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой и материалами, перечисленными в п. 11 данной рабочей программы.

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- 1) просматривать основные определения и факты;
- 2) повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- 3) изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- 4) самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на практических занятиях;
- 5) выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Домашнее задание оценивается по следующим критериям:

- степень и уровень выполнения задания;

- аккуратность в оформлении работы;
- использование специальной литературы;
- сдача домашнего задания в срок.

Конспектирование учебной и специальной экономической литературы.

Этот вид самостоятельной работы выполняется студентами в качестве домашнего. Для подготовки конспектов по дополнительным самостоятельно изучаемым вопросам следует использовать не только рекомендованную литературу, но и периодические научные издания по экономическим проблемам. Текущую периодику, новую информацию (в том числе и содержащуюся в Internet) студентам следует подбирать самостоятельно.

К конспектированию приступают после прочтения всего или части (главы, параграфа) текста источника и уяснения общего смысла текста в целом и его внутренних содержательно-логических взаимосвязей. Требования – адекватное отображение текста, извлечение информации по определённой теме и изложение содержания в виде, пригодном для использования и повторения.

Студентам необходимо иметь в виду, что тот порядок изложения (как отдельных вопросов, так и ряда тем), который используется в разных учебниках, рекомендованных в качестве обязательной литературы, не всегда совпадает не только между собой, но и с логикой дисциплины, преподаваемой в РУК. Отсюда возникает необходимость четкого представления структуры изучаемой дисциплины для эффективного распределения времени и усилий по изучению тем. Не менее важно умение приводить в соответствие экономические символы и обозначения, используемые в разных учебниках, сопоставлять приведенные в них формулы и графики.

Критерии оценки

- умение пользоваться литературой,
- полнота конспекта текста источника,
- правильные ответы на вопросы преподавателя.

Оценки производятся по шкале «зачтено»/«не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к написанию конспекта, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный,
- оценка «не зачтено» выставляется, если имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный.

Работе в ЭБС (информационный поиск).

Этот вид самостоятельной работы выполняется студентами в качестве домашнего задания с целью поиска в ЭБС (электронно-библиотечных системах) и сайтах интернета учебной, научно-теоретической, периодической литературы и дополнительной информации, необходимой для углубленного изучения дисциплины. Информационный поиск в ЭБС и сайтах интернета — поиск неструктурированной документальной информации (поиск основных документов и изданий по теме и фактических сведений, содержащихся в

экономической литературе (монографии, сборники, справочники, учебники и учебные пособия)).

Критерии оценки:

- полнота выбора источников поиска (формальное соответствие требованиям),
- точность поиска (формальное соответствие требованиям),
- список источников является результатом достижения цели поиска (содержательное соответствие требованиям),
- список источников отражает предмет поиска (содержательное соответствие требованиям),
- представление результата информационного поиска в установленные преподавателем сроки.

Оценки производятся по шкале «зачтено»/ «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к результату информационного поиска, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, компетенции считаются освоенными;
- оценка «не зачтено» выставляется, если имеются существенные отступления от требований, компетенции считаются не освоенными.

Подготовка доклада

Цель – приобретение навыков работы с информационными ресурсами, учебной, научно-теоретической, периодической литературой необходимыми для углубленного изучения дисциплины. Тема доклада выбирается студентом из списка предложенных преподавателем тем.

Доклад на выбранную тему выполняется, как правило, по материалам периодических изданий за последние 1-2 года, а также с использованием аналитической информации, публикуемой на специализированных интернет-сайтах. Тема должна быть раскрыта, стиль изложения – научный, количество использованной дополнительной литературы по теме не менее 5 наименований. Устное сообщение может быть дополнено мультимедийной презентацией (PowerPoint).

Критерии оценки:

- полнота раскрытия темы,
- свободное владение содержанием темы,
- стиль изложения,
- количество использованной дополнительной литературы по теме,
- использование инструментов цифровой аналитики и приёмов визуализации;
- использование экономических моделей для анализа ситуации;
- взаимодействие в команде;
- интерес аудитории;
- правильные ответы на вопросы преподавателя и студентов.

Оценки производятся по шкале «зачтено»/ «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к

содержанию доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, текст работы изложен самостоятельно, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта, устное сообщение дополнено мультимедийной презентацией, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный;

- оценка «не зачтено» выставляется, если тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, работа носит не самостоятельный характер. Докладчик практически не способен высказаться по теме доклада без текста, имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный.

Создание презентаций.

Презентация – это передача информации в виде изложения различных материалов, методологических подходов с использованием информационных ресурсов. Формы презентации различны и могут варьироваться от обычного изложения материалов до некоторого вовлечения аудитории в процесс через вопросы и участие в дискуссии. Тема презентации выбирается студентом из списка предложенных преподавателем тем.

Цель:

- освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала;
- обеспечение контроля качества знаний;
- формирование специальных навыков, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями;
- формирование специальных навыков, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями;
- становление общекультурной компетенции.

Компьютерная презентация создается в программе Microsoft Power Point. Особое внимание при подготовке презентации необходимо уделить тому, что центром внимания во время презентации должен стать сам докладчик и его речь, а не надписи мелким шрифтом на слайдах.

Определите главные идеи, выводы, которые следует донести до слушателей, и на основании них составьте компьютерную презентацию. Дополнительная информация, если таковая имеет место быть, должна быть размещена в раздаточном материале или просто озвучена, но не включена в компьютерную презентацию. После подборки информации следует систематизировать материал по блокам, которые будут состоять из собственно текста, а также схем, графиков, таблиц, фотографий и т.д., определить дизайн слайдов, эффекты анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); установить режим показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, название презентации, дату).

Критерии оценки:

- определение содержания материала и цели презентации;
- соответствие содержания теме;

- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- использование инструментов цифровой аналитики и приёмов

визуализации;

- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;
- работа представлена в срок.

Оценки производятся по шкале «зачтено»/ «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к содержанию презентации: обозначена проблема и обоснована её актуальность, текст презентации правильно структурирован и наглядно оформлен, сформулированы выводы, тема раскрыта, презентация представлена в срок, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный;
- оценка «не зачтено» выставляется, если тема презентации не раскрыта, имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный.

Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить групповые и индивидуальные консультации за счет общего бюджета времени, отведенного на контактную работу.

Учебно-методические раздаточные материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации: 1) для лиц с нарушением зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; 2) для лиц с нарушением слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа.

Виды и содержание самостоятельной работы обучающихся по темам

Тема 1. Сущность каналов распределения

Рассмотрите следующие вопросы и подготовьтесь к опросу:

1. Понятие каналов распределения
2. Функции канала распределения
3. Уровни каналов распределения

Подготовьте доклад с презентацией на тему:

1. Снабженческо-сбытовая деятельность в системе маркетинга.
2. Преимущества и недостатки основных методов продвижения товаров на рынок.

Тема 2. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения

Рассмотрите следующие вопросы и подготовьтесь к опросу:

1. Принципы функционирования каналов распределения
2. Внутренняя структура канала распределения
3. Вертикальные маркетинговые системы
4. Горизонтальные маркетинговые системы
5. Комбинированные маркетинговые системы

Подготовьте доклад с презентацией на тему:

1. Принципы функционирования каналов распределения
2. Внутренняя структура канала распределения
3. Вертикальные маркетинговые системы
4. Горизонтальные маркетинговые системы
5. Комбинированные маркетинговые системы

Тема 3. Маркетинговые решения в оптовой торговле

Рассмотрите следующие вопросы и подготовьтесь к опросу:

1. Оптовая торговля. Типы оптовых торговцев.
2. Классификация оптовиков по ассортименту, по функциям.
3. Маркетинг в оптовой торговле: целевой рынок, ассортимент, цена, продвижение, физическое распределение.
4. Цели физического распределения и области принятия решений.
5. Понятие уровня обслуживания потребителей. Критерии качества обслуживания.
6. Складирование и основные функции: хранение, перегруппировка, перегрузка.
7. Прогнозирование товарооборота.

Подготовьте доклад с презентацией на тему:

1. Опасности и тенденции вытеснения оптовиков
2. Маркетинг в оптовой торговле: целевой рынок, ассортимент, цена, продвижение, физическое распределение.
3. Цели физического распределения и области принятия решений.
4. Критерии качества обслуживания: время доставки, объем поставки, частота поставок, возможности экстренных поставок, допустимый процент повреждения товара.
5. Расчет экономического размера поставки.
6. Прогнозирование товарооборота: метод анализа временных рядов, экспоненциальное сглаживание, корреляционно-регрессионная зависимость.
7. Прогнозирование спроса и управление заказами.

Тема 4. Маркетинговые решения в розничной торговле

Рассмотрите следующие вопросы и подготовьтесь к опросу:

1. Основные тенденции развития розничной торговли.

2. Формы розничной торговли
3. Гибридные формы розничной торговли.
4. Государственная закупка и государственный заказ.

Подготовьте доклад с презентацией на тему:

1. Роль системы распределения в комплексе маркетинга.
2. Каналы распределения и товародвижения в условиях постоянно меняющегося рынка.
3. Государственная закупка и государственный заказ.

Тема 5. Маркетинговая логистика каналов распределения

Рассмотрите следующие вопросы и подготовьтесь к опросу:

1. Что означает термин «логистика»?
2. В чем заключается принципиальное отличие, новизна логистического
3. подхода к управлению материальным потоком от традиционного?
4. Выберите предприятие и расскажите, каналы какого уровня им используются и почему.
5. Перечислите существующие виды каналов распределения.
6. Какой канал распределения, на ваш взгляд, наиболее эффективный и почему?

Подготовьте доклад с презентацией на тему:

1. Сущность и важность маркетинговой логистики
2. Основные функции маркетинговой логистики
3. Интегрированное управление маркетинговой логистикой

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с Фондом оценочных средств.

ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации

Темы докладов:

1. Снабженческо-сбытовая деятельность в системе маркетинга.
2. Преимущества и недостатки основных методов продвижения товаров на рынок.
3. Принципы функционирования каналов распределения
4. Внутренняя структура канала распределения
5. Вертикальные маркетинговые системы
6. Горизонтальные маркетинговые системы

7. Комбинированные маркетинговые системы
8. Опасности и тенденции вытеснения оптовиков
9. Маркетинг в оптовой торговле: целевой рынок, ассортимент, цена, продвижение, физическое распределение.
10. Цели физического распределения и области принятия решений.
11. Критерии качества обслуживания: время доставки, объем поставки, частота поставок, возможности экстренных поставок, допустимый процент повреждения товара.
12. Расчет экономического размера поставки.
13. Прогнозирование товарооборота: метод анализа временных рядов, экспоненциальное сглаживание, корреляционно-регрессионная зависимость.
14. Прогнозирование спроса и управление заказами.
15. Роль системы распределения в комплексе маркетинга.
16. Каналы распределения и товародвижения в условиях постоянно меняющегося рынка.
17. Государственная закупка и государственный заказ.
18. Сущность и важность маркетинговой логистики
19. Основные функции маркетинговой логистики
20. Интегрированное управление маркетинговой логистикой

Оценка докладов производится по шкале «зачтено»/ «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к содержанию доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, текст работы изложен самостоятельно, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта, устное сообщение дополнено мультимедийной презентацией, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный;
- оценка «не зачтено» выставляется, если тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, работа носит не самостоятельный характер. Докладчик практически не способен высказаться по теме доклада без текста, имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный.

Оценка презентаций производится по шкале «зачтено»/ «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены требования к содержанию презентации: обозначена проблема и обоснована её актуальность, текст презентации правильно структурирован и наглядно оформлен, сформулированы выводы, тема раскрыта, презентация представлена в срок, даны правильные ответы на дополнительные вопросы, уровень освоения компетенции достаточный;
- оценка «не зачтено» выставляется, если тема презентации не раскрыта, имеются существенные отступления от требований, уровень освоения компетенции недостаточный.

Вопросы к экзамену:

1. Понятие каналов распределения
2. Функции канала распределения
3. Уровни каналов распределения
4. Принципы функционирования каналов распределения
5. Внутренняя структура канала распределения
6. Вертикальные маркетинговые системы
7. Горизонтальные маркетинговые системы
8. Комбинированные маркетинговые системы
9. Оптовая торговля. Типы оптовых торговцев.
10. Классификация оптовиков по ассортименту, по функциям.
11. Маркетинг в оптовой торговле: целевой рынок, ассортимент, цена, продвижение, физическое распределение.
12. Цели физического распределения и области принятия решений.
13. Понятие уровня обслуживания потребителей. Критерии качества обслуживания.
14. Складирование и основные функции: хранение, перегруппировка, перегрузка.
15. Прогнозирование товарооборота.
16. Основные тенденции развития розничной торговли.
17. Формы розничной торговли
18. Гибридные формы розничной торговли.
19. Государственная закупка и государственный заказ.
20. Что означает термин «логистика»?
21. В чем заключаются принципиальное отличие, новизна логистического подхода к управлению материальным потоком от традиционного?
22. Выберите предприятие и расскажите, каналы какого уровня им используются и почему.
23. Перечислите существующие виды каналов распределения.
24. Какой канал распределения, на ваш взгляд, наиболее эффективный и почему?

Шкала и критерии оценивания:

- оценка «отлично» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны верно и полностью; необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;
- оценка «хорошо» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны полностью, но обоснования недостаточны; но пробелы не носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;
- оценка «удовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены ошибки, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы носят существенный характер, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно;

- оценка «неудовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не освоил теоретическое содержание курса, пробелы носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы не сформированы.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Родионова Л.М. Основы маркетинга. Учебное пособие / Л.М. Родионова. - Москва : Флинта, 2018. - 150 с. - ISBN 978-5-9765-3940-2. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/358820/reading>. - Текст: электронный.

2. Морозов Ю. В. Основы маркетинга: Учебное пособие. — 8-е изд. / Ю.В. Морозов. - Москва : Дашков и К, 2018. - 148 с. - ISBN 978-5-394-02156-5. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/342494/reading>. - Текст: электронный.

3. Дробышева Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. — 7-е изд. / Л.А. Дробышева. - Москва : Дашков и К, 2020. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04074-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/378611/reading>. - Текст: электронный.

б) дополнительная литература

1. Красюк И. А. Инновационный маркетинг : учебник / И.А. Красюк, С.М. Крымов, Г.Г. Иванов, М.В. Кольган. - Москва : Дашков и К, 2020. - 170 с. - ISBN 978-5-394-03982-9. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/375455/reading>. - Текст: электронный.

2. Котлер Филипп. Маркетинг для государственных и общественных организаций. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 384 с. - ISBN 978-5-91180-361-2. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/377690/reading>. - Текст: электронный.

в) электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно-библиотечная система Айбукс.ру: <http://ibooks.ru>.

12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

Перечень лицензионного программного обеспечения

1. MS Office 2019 (Microsoft)

2. MS Windows 7 (Microsoft)

в том числе перечень лицензионного программного обеспечения отечественного производства:

1. Kaspersky Endpoint Security (Kaspersky Lab)

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. Adobe Acrobat Reader
2. Open Office (<http://ru.openoffice.org/>)
в том числе перечень свободно распространяемого программного обеспечения отечественного производства:
 1. Яндекс.Браузер
 2. Антивирус Kaspersky Free
 3. 7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных) (отечественное ПО).

Профессиональные базы данных:

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uisrussia.msu.ru/>

Информационно-справочные системы:

Открытая электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru/>

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам и электронной информационно-образовательной среде.

13. Материально–техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Тип помещения	Состав оборудования и технических средств обучения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, и практических занятий с применением компьютерных технологий, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций	Аудитория 51. Оборудование: Учебная мебель: рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, трибуна, доска. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, лабораторных работ, текущего	Аудитория 24. Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска.

	<p>контроля и промежуточной аттестации и индивидуальных консультаций</p>	<p>Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.</p>
3	<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов и выполнения курсовых работ</p>	<p>Аудитория 27. Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска, кондиционер. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.</p>