

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра економіки і торгівлі

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента

МІЖНАРОДНА ЗБУТОВО-РОЗПОДІЛЬЧА ПОЛІТИКА

підготовки магістра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 076 Підприємництво та торгівля
освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та організація
бізнесу

Силабус вибіркового освітнього компонента МІЖНАРОДНА ЗБУТОВО-РОЗПОДІЛЬЧА ПОЛІТИКА підготовки магістра галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля за освітньо-професійною програмою Підприємництво, торгівля та організація бізнесу

Розробник: Данилюк Т.І., доцент кафедри економіки і торгівлі, кандидат економічних наук, доцент

Погоджено:

Гарант ОП Підприємництво, торгівля та організація бізнесу



Людмила ШОСТАК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри економіки і торгівлі

протокол №1 28.08.2024

Завідувач кафедри



Олена ПАВЛОВА

I. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування 076 Підприємництво та торгівля Підприємництво, торгівля та організація бізнесу Магістр	Вибірковий
Кількість годин/кредитів ECTS 120/4		Рік навчання 1 (2024 / 2025 н.р.)
		Семестр 1
		Лекції 10 год.
		Практичні 14 год.
		Самостійна робота 88 год.
ІНДЗ: <u>немає</u>		Консультації 8 год.
	Форма контролю: залік	
Мова навчання	українська	

II. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ППП: Данилюк Тетяна Іллівна.

Науковий ступінь: кандидат економічних наук

Вчене звання: доцент

Посада: доцент кафедри економіки і торгівлі

Мобільний телефон: 0997395837

E-mail: Danyluk.Tatiana@vnu.edu.ua

Електронний розклад: <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

1. Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Міжнародна збутово-розподільча політика» передбачений для підготовки магістра галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» за освітньою програмою «Підприємництво, торгівля та організація бізнесу». У сучасних умовах у житті нашої держави актуальним є формування у студентів сучасного погляду на міжнародну діяльність у сфері розподілу, збуту та просування, розуміння суті, цілей, методів господарської, дослідницької, збутової діяльності фірм на зарубіжних ринках.

2. Пререквізити. Передумови для вивчення – основи економічної теорії, маркетингу, менеджменту, економіки та організації торгівлі. **Постреквізити:** ОК Управління якістю товарів і послуг.

3. Метою освітнього компонента є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо управлінської діяльності, маркетингового інструментарію, ефективного функціонування каналів розподілу, збуту та просування товарів на зарубіжний ринок. **Завдання:** вивчення оптимальних каналів розподілу та методів збуту з метою забезпечення ефективної доставки товарів кінцевим зарубіжним споживачам; набуття навичок і вмінь самостійно приймати і реалізовувати рішення про канали або шляхи збуту, будувати ланцюг товароруку, ланками якого є відділ збуту самого підприємства і різноманітні збутові посередники, розробляти систему маркетингової логістики, тобто систему фізичного переміщення товару вибраним каналом збуту.

4. Результати навчання (компетентності).

Інтегральна компетентність

Здатність визначати та розв'язувати складні економічні задачі та проблеми, приймати відповідні аналітичні та управлінські рішення у сфері економіки або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов та вимог.

Загальні компетентності

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 6. Здатність оцінювати - та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні (фахові) компетентності

СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю. Здатність суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.

СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

СК 5. Здатність до ініціювання і реалізації інноваційних проєктів в підприємницькій та торговельній діяльності.

Результати навчання

РН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.

РН 4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

РН 9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

5. Структура освітнього компонента

Таблиця 2

Назва змістовних модулів і тем	Кількість годин					Форма контролю/ Бали
	Усього	У тому числі				
		лекції	практичні	самос. робота	консул.	
Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти міжнародної збутово-розподільчої політики						
Тема 1. Специфіка міжнародної збутово-розподільчої політики	23	2	2	18	1	ДС, Т / 15 балів
Тема 2. Канали розподілу в міжнародній діяльності	23	2	2	18	1	ДС, Т, РМГ, Р / 15 балів
Тема 3. Торгівельно-посередницька діяльність в міжнародній політиці розподілу та збуту	24	2	2	18	2	ДС, Т, РК, РМГ, Р / 20 балів
Разом за модулем 1	70	6	6	54	4	max 50 балів
Змістовий модуль 2. Економічні аспекти управлінських рішень щодо розподілу та збуту						
Тема 4. Організаційно-економічний механізм використання та вибору каналу розподілу	24	2	4	16	2	ДС, Т, РМГ, П / 25 балів
Тема 5. Управління міжнародними каналами розподілу	26	2	4	18	2	ДС, Т, РК, РМГ, П / 25 балів
Разом за модулем 2	50	4	8	34	4	max 50 балів
Всього годин / Балів	120	10	14	88	8	max 100 балів

Форма контролю*: ДС – дискусія, Т – тести, РК – розв'язування кейсів, РМГ – робота в малих групах, КР – контрольна робота П – презентація роботи; Р – реферат.

6. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачами освіти самостійно під методичним керівництвом викладача.

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти, віднесено:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з рекомендованою літературою.
3. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи в малих групах, тестування.
4. Контрольна перевірка знань за запитаннями для самоконтролю.
5. Виконання індивідуального завдання:

Частина I

- аналіз законодавчо-нормативних документів України, що визначають засади тарифного та нетарифного регулювання експорту та імпорту конкретного товару та аналіз міжнародних правових актів, що регулюють співробітництво держав у певній галузі.

Частина II

- пояснення типу зовнішньоекономічної політики держави відносно товару;
- перелік документів (зокрема, сертифікати, ліцензії тощо), які треба подати в митницю, та установ, де їх можна отримати.

IV. ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<http://surl.li/qbxvmw>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/jntduw>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

V. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/ukitbu>).

Підсумковий семестровий контроль у вигляді заліку передбачає оцінку засвоєння здобувачем освіти навчального матеріалу на підставі результатів виконання ним усіх видів запланованої навчальної роботи впродовж семестру та враховує бали поточного оцінювання (100 балів).

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань на залік

1. Специфіка міжнародної збутово-розподільчої політики.
2. Міжнародна збутово-розподільча політика.
3. Завдання міжнародної збутової політики.
4. Складові міжнародної розподільчої політики.
5. Схема реалізації міжнародної збутової політики.
6. Відмінності міжнародної збутової політики від внутрішнього збуту.
7. Складники головних критеріїв вибору каналів розподілу на зарубіжному ринку.
8. Канали розподілу в міжнародній діяльності.
9. Основні функції збутової політики.
10. Торгівельно-посередницька діяльність в міжнародній політиці розподілу та збуту.
11. Головна мета залучення зарубіжних партнерів.
12. Посередники у міжнародній діяльності.
13. Переваги та недоліки організації збуту продукції через посередників у міжнародній діяльності.
14. Форми розподілу та організації руху товарів до споживача.
15. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу .
16. Вибір оптимального каналу розподілу.
17. Структура каналів розподілу та оптимальні методи збуту.
18. Управління міжнародними каналами розподілу.
19. Вибір торгових посередників
20. Створення у посередників почуття лояльності.
21. Винагорода праці посередників.
22. Встановлення стандартів обслуговування.
23. Підтримка ефективної системи зв'язку з посередниками.
24. Навчання працівників посередницьких організацій.
25. Побудова експортно-імпоротної матриці, її характеристики.
26. Прямий вихід на міжнародний ринок.
27. Оцінка привабливості міжнародного ринку.
28. Міжнародне політико-правове середовище.
29. Міжнародне економічне середовище: структура факторів та характер їх впливу на підприємство.
30. Позиціонування міжнародного ринку.

VI. Шкала оцінювання

Таблиця 3

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

90 – 100 (зараховано) - здобувач опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями та вміє їх застосовувати на практиці, здобув компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності.

82 – 89 (зараховано) - здобувач опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями, проте може застосувати більшість положень на практиці, здобути компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності з незначними помилками.

75 – 81 9 (зараховано) - здобувач опановує 80–90 % курсу згідно програми, оперує більшістю основних понять та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності.

67 -74 (зараховано) - здобувач опановує 60-70% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з незначними помилками.

60 – 66 (зараховано) - здобувач опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора

1 – 59 (незараховано) - здобувач опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, не розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора.

VII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Мальська М., Пурська І. Маркетингова політика розподілу та збуту. Київ.: Центр навчальної літератури, 2019. 288 с.
2. Міжнародний маркетинг : підручник. За заг. ред. А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
3. Новошинська Л. В. Міжнародний маркетинг. Київ: Центр навчальної літератури, 2022. 186 с.
4. Олексенко Л. В. Маркетингова політика розподілу та збуту. Київ: Знання, 2020. 468 с.
5. Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. К.: Академвидав, 2020. 272 с.
6. Шталь Т. В. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.

Додаткова література

7. Данилюк Т. І. Міжнародний маркетинг в системі управління зовнішньоторговельною діяльністю. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2024. № 2. С. 104-111. URL: <https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/917/753>
8. Данилюк Т. І. Розвиток міжнародних торговельних відносин в контексті міжнародного менеджменту. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. Розділ IV. Управління та адміністрування*. Луцьк, 2024. № 2. С. 76-83. URL: <https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/913/749>
9. Данилюк Т. І., Бондарук В. П. Особливості управління міжнародним маркетингом для організації зовнішньоекономічної діяльності. *Економіка та суспільство, Менеджмент*. Одеса, 2024. № 65. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4130/4060>