

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 05.10.2022 17:25:37

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

# САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

## Программа подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации

### Центр подготовки управленческих кадров

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра подготовки

управленческих кадров

к.э.н., доцент О.В. Баканач



подпись

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

<b>Наименование дисциплины</b>	<u>ПОЛИТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ</u>
<b>Программы профессиональной переподготовки</b>	Маркетинг
<b>Тип программы</b>	Проектно-ориентированная программа (тип А - advanced)
<b>Направление подготовки (в рамках Государственного плана)</b>	Маркетинг

## Содержание

1. Цели и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОП
3. Перечень тем и их содержание
4. Методические указания по освоению дисциплины
5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
6. Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации

### 1. Цели и задачи дисциплины.

**Цель дисциплины.** Дисциплина Политика распределения предусматривает овладение принципами и методами маркетингового управления, принятие стратегических и тактических решений, ориентирующих на эффективное использование внутреннего потенциала для удовлетворения требований рынка и получения прибыли.

**Задачи дисциплины заключаются в** выработке у обучающихся знаний, умений и навыков профессионального решения следующих функциональных задач:

- анализ структуры сети распределения (особенности формирования сети распределения в зависимости от вида деятельности компании, понимание особенностей вовлеченности различных участников системы распределения, осознание связи между выбором сбытовой политики компанией и особенностями управления логистикой распределения и т.д.);

- организация обработки и выполнения заказов клиентов;

- выбор технологии доставки заказов;

-обеспечение межфункциональной и межорганизационной координации: четкое разграничение в полномочиях логистики и смежных функций компании, в частности маркетинга, при формировании каналов распределения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП.

Дисциплина Политика распределения входит в Раздел 2 «Функциональная подготовка» структуры проектно-ориентированной программы.

#### Междисциплинарные связи

№ п/п	Наименование дисциплин	№№ тем данной дисциплины	
		1	2
1	Введение в маркетинг	+	
2	Маркетинг в интернете	+	+

### 3. Перечень тем и их содержание.

**3.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:** Тематический план дисциплины Политика распределения представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Темы	Аудиторные занятия		Электронное обучение	Общая трудоемкость без прочей самостоятельной работы
	очные	дистанционные		
Тема 1. Решение о распределении	3	-	1	4
Тема 2. Розничная торговля	3	-	1	4
<b>Итого</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>8</b>

### 3.2. Содержание разделов и тем.

#### Тема 1. Решение о распределении

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. 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. 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.

## **Тема 2. Розничная торговля**

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.

## **4. Методические указания по освоению дисциплины**

### **4.1 Контактная работа**

Контактная работа осуществляется с использованием *активных методов обучения*, позволяющих специалистам совершенствовать умения и навыки, компетенции, приобретать опыт управленческой работы. Могут включать в себя: тренинги, метод кейс-стади, практические семинары, игровые имитации (бизнес-симуляции), мастер-классы, экспертные консультации, социальное обучение, обучение действием, дискуссии, дебаты, мозговой штурм, митап.

### **4.2 Дистанционные образовательные технологии**

Использование дистанционных образовательных технологий допускается на образовательных программах в двух видах:

– *синхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда все участники обучения взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени, в одно и то же время. Примерами являются: вебинар, видеоконференция, видеоконсультация и обратная связь онлайн, чат-румы, общение по Skype, виртуальные классы (live virtual), работа в виртуальных коллаборативных пространствах и любые иные форматы, в которых участники находятся онлайн и взаимодействуют одновременно;

– *асинхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда участники обучения используют электронные ресурсы для приобретения информации, выполнения заданий, выдвижения идей, обмена идеями и информацией, а также для иных форм взаимодействия без наличия ограничений по времени и месту, и зависимости от вовлеченности других участников обучения и преподавателя в обучение в то же самое время.

### **4.3 Самостоятельная работа**

Самостоятельная работа включает работу с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет, цифровыми платформами, с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях.

## **5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.**

### **5.1 Перечень литературы.**

1. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. -2018. -№ 4.
2. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. / Ефимова С.А. -М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018.
3. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/FDD0CEC5-6C1A-4F03-B035-CE1B17C6B942>
4. Соловьев Б. А. Маркетинг: Учебник по курсу Маркетинг для программы МВА/ Соловьев Б. А. -М.: Изд-во [Инфра-М](#), 2018.

### **5.2 Программные продукты учебного назначения и бизнес-приложения.**

1. «Маркетинговая стратегия». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sseu.ru/anonsy/priglashaem-na-master-klass>
2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nns.ru/>
3. Электронная информационно-образовательной среда СГЭУ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lms2.sseu.ru>
4. Электронная библиотечная система «Айбукс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ibooks.ru/>

### 5.3. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения аудиторных занятий	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
---	---

### 6. Формы контроля и системы оценивания по дисциплине:

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими рекомендациями по организации обучения специалистов в российских образовательных организациях и разработке образовательных программ для реализации в рамках Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации.

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Письменная работа (эссе)	+
	Наблюдение (в ходе выполнения учебных задач)	+
	Решение задач определенного типа	+
	Представление результатов и рекомендаций по полученным итогам деловой ситуации (кейс-стади)	+
	Тестирование (компьютерное тестирование)	+
	Кейс (задание на анализ практической ситуации)	+
Промежуточный контроль	Дифференцированный зачет*	+

\* Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, форма контроля, которая предусматривает оценивание усвоения обучающего материала по определенной учебной дисциплине в основном на основании результатов выполненных ими индивидуальных заданий.

### Шкала и критерии оценки (экзамен)

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно
1. Полно раскрыто содержание вопросов индивидуального письменного задания; 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология; 3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. Продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций.	1. В изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; 2. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа.	1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса. 2. Допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций.
<b>Повышенный уровень сформированности компетенций</b>		<b>Пороговый уровень</b>

Разработчики:

Канд.экон.наук, доцент

Юдакова О.В.

ФИО