Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.10.2026 20:52:36
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd9bfce3b1f72c4a606a271a2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л.В. Крылова
«25» 03 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.16 «Маркетинговая политика распределения»

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 «Экономика и управление»

Образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль: Рекламный бизнес

Факультет маркетинга и торгового дела

Форма обучения, курс: очная форма обучения, 4 курс
очно-заочная форма обучения, 4 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (*при наличии таких лиц*)

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговая политика распределения» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика,
профилю: Рекламный бизнес,
разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик: Кудинов Э.А., доцент кафедры маркетинга и торгового дела, канд. экон. наук

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «17» февраля 2026 года № 14
Зав. кафедрой

_____ И.М. Рвачева
(подпись)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

_____ Д.В. Махоносов
(подпись)
«24» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «25» марта 2026 года № 8

Председатель _____ Л.В. Крылова
(подпись)

© Кудинов Э.А., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>Очная форма обучения</td><td>Очно-заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.03.01 Экономика</td></tr>
<tr><td>Модулей - 1</td><td rowspan="5">Профиль:
Рекламный бизнес</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей - 2</td><td>4-й</td><td>4-й</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Общее количество часов 108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>7-й</td><td>8-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td rowspan="10">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 1,88

самостоятельной работы обучающегося – 4,8</td><td rowspan="10">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td>16 час.</td><td>16 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>14 час.</td><td>14 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>76,95 час.</td><td>76,15 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:</td></tr>
<tr><td>Зачет</td><td>Зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 30:76,95
для очно-заочной формы обучения – 30:76,15

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование у обучающихся профессионального мышления и научного мировоззрения, развитие навыков самостоятельной работы в усвоении учебного материала относительно создания и функционирования каналов распределения, форм и методов работы посредников в распределении, а также выбора и ведения маркетинговой распределительной политики в современных условиях хозяйствования.

Задачи дисциплины: выработка умений применять методический инструментарий маркетинга относительно разработки и реализации сбытовой политики предприятия; анализировать и планировать распределительные процессы; разрабатывать предложения относительно усовершенствования маркетинговой политики распределения и успешности ее реализации на практике.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.16 «Маркетинговая политика распределения» относится к части дисциплин ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Маркетинг», «Статистика» и «Информационные технологии и системы в экономике».

«Входные» требования к знаниям и умениям обучающихся:

- владение коммуникативными навыками;
- умение самостоятельно интегрировать ранее полученные знания по разным учебным предметам для решения познавательных задач;
- владение комплексом маркетинговых инструментов;
- владение компьютерной грамотностью (это предполагает: умение вводить и редактировать информацию (текстовую, графическую);
- умение обрабатывать количественные данные с помощью программ электронных таблиц;
- умение работать с базами данных (формулировать запросы);
- умение распечатывать информацию на принтере.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию комплекса маркетинга в организации.	ИДК-3$_{ПК2}$ Владеть навыками подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); разработки конкурентных ценовых стратегий; разработки сбытовой политики организации; совершенствования системы распределения (дистрибуции) в организации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: содержание и основные принципы концепции маркетинга и логистики; задачи и принципы формирования распределительных каналов; основные принципы, методы и приемы формирования маркетинговой политики распределения; характеристики и условия применения различных методов управления с целью оптимизации сбытовых систем.

уметь: применять методический инструментарий маркетинга и логистики к разработке и реализации задач управления распределительными процессами; критически рассматривать состояние маркетинговой политики распределения; оценивать экономическую эффективность и последствия внедрения управленческих решений; анализировать и планировать оптимальные сбытовые системы; формулировать предложения относительно усовершенствования механизма функционирования современных каналов распределения.

владеть: навыками разработки и внедрения маркетинговой политики распределения; современными методами анализа и планирования оптимальных сбытовых систем, а также средствами их усовершенствования с учетом требований сложившейся рыночной ситуации.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Сущность, виды и основные характеристики каналов распределения.
Тема 1. Сущность каналов распределения.
Тема 2. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения.
Тема 3. Международные каналы распределения продукции.

Смысловой модуль 2. Управление каналами распределения.
Тема 4. Разработка системы каналов распределения и управление ними**.**
Тема 5. Маркетинговая логистика каналов распределения.
Тема 6. Прямой и интерактивный маркетинг.

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов										
	очная форма обучения						очно-заочная форма обучения				
	всего	в том числе*:					всего	в том числе*:			
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	ПР[5]		л	п	лаб	СР	ПР

Смысловой модуль 1. Сущность, виды и основные характеристики каналов распределения.												
Тема 1. Сущность каналов распределения.	16	2	2		12		16	2	2		12	
Тема 2. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения.	16	2	2		12		16	2	2		12	
Тема 3. Международные каналы распределения продукции.	16	2	2		12		16	2	2		12	
Всего по смысловому модулю 1	**48**	**6**	**6**		**36**		**48**	**6**	**6**		**36**	
Смысловой модуль 2. Управление каналами распределения.												
Тема 1. Разработка системы каналов распределения и управление ними.	22	4	4		14		22	4	4		14	
Тема 2. Маркетинговая логистика каналов распределения.	20	4	2		14		20	4	2		14	
Тема 3. Прямой и интерактивный маркетинг.	16,95	2	2		12,95		16,95	2	2		12,95	
Всего по смысловому модулю 2	**58,95**	**10**	**8**		**40,95**		**58,15**	**10**	**8**		**40,15**	
Всего часов	**106,95**	**16**	**14**		**76,95**		**106,15**	**16**	**14**		**76,15**	
ИК												
Катт	**0,8**					**0,8**	**1,6**					**1,6**
СРэк												
КЭ												
Каттэк	**0,25**					**0,25**	**0,25**					**0,25**
Контроль												
Итого	**108**	**16**	**14**		**76,95**	**1,05**	**108**	**16**	**14**		**76,15**	**1,85**

* Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;

5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Сущность каналов распределения.	2	2
2	Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения.	2	2
3	Международные каналы распределения продукции.	2	2
4	Разработка системы каналов распределения и управление ними.	4	4
5	Маркетинговая логистика каналов распределения.	2	2
6	Прямой и интерактивный маркетинг.	2	2
Всего:		**14**	**14**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ - не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
	Не предусмотрено учебным планом	-	-
…			
Всего:			

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Сущность каналов распределения.	12	12
2	Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения.	12	12
3	Международные каналы распределения продукции.	12	12
4	Разработка системы каналов распределения и управление ними.	14	14
5	Маркетинговая логистика каналов распределения.	14	14
6	Прямой и интерактивный маркетинг.	12,95	12,15
Всего:		**76,95**	**76,15**

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

− лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

− письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом;

− при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

− письменные задания оформляются увеличенным шрифтом…

2) для глухих и слабослышащих:

− лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

− письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

− зачет, экзамен проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение их в форме тестирования…

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

− лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

− письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

− зачет, экзамен проводятся в устной форме или выполняется в письменной форме на компьютере...

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения зачета, экзамена для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Зачет, экзамен могут проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями

обучающихся. Технические средства могут быть предоставлены ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», а также могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:
– в печатной форме увеличенным шрифтом;
– в форме электронного документа;
– в форме аудиофайла.
2) для глухих и слабослышащих:
– в печатной форме;
– в форме электронного документа;
3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в печатной форме;
– в форме электронного документа;
– в форме аудиофайла.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Организация текущего контроля по учебной дисциплине «Маркетинговая политика распределения» для обучающихся состоит из следующих частей:
1) контроль систематичности и активности работы в течение всего периода обучения над изучением программного материала;
2) контроль за выполнением двух модульных заданий;
3) выполнение заданий для самостоятельной работы.

При контроле систематичности и активности работы обучающихся на практических занятиях могут подлежать оценке: посещение практических занятий; уровень знаний, продемонстрированный в ответах; выступления на практических занятиях; активность при обсуждении вопросов, вынесенных на практические занятия; результаты тестирования и т.п.

При контроле выполнения заданий для самостоятельной работы оценке могут подлежать: самостоятельная проработка тем в целом или отдельных вопросов; выполнение домашних заданий; выполнение индивидуальных работ с элементами научного исследования и др.

Обязательные и выборочные виды самостоятельной работы студентов предоставляют возможность повысить результаты работы в течение семестра, но не более 50% общей оценки, сформированной по итогам активности на практических занятиях.

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		

- дискуссия, собеседование, опрос (темы 1-6) - тестирование (темы 1-3; 4-6) - разноуровневые задачи и задания (темы 1-6)	4 20 6	24 40 36
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очно-заочной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - дискуссия, собеседование, опрос (темы 1-6) - тестирование (темы 1-3; 4-6) - разноуровневые задачи и задания (темы 1-6)	 4 20 6	 24 40 36
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Типовые вопросы для промежуточной аттестации:

1. Понятийный аппарат каналов распределения
2. Принципы функционирования каналов распределения
3. Функции канала распределения
4. Уровни каналов распределения
5. Стратегии, используемые для определения количества посредников
6. Принципы функционирования каналов распределения
7. Традиционные каналы распределения
8. Вертикальные маркетинговые системы
9. Договорные вертикальные маркетинговые системы
10. Горизонтальные маркетинговые системы
11. Комбинированные маркетинговые системы
12. Каналы распределения в международном маркетинге
13. Функции каналов распределения в международном маркетинге
14. Факторы, влияющие на выбор каналов распределения в международном маркетинге
15. Способы выхода фирмы на международный рынок
16. Преимущества зарубежной компании-посредника по сравнению с собственным представительством фирмы за рубежом
17. Торговые посредники в международных каналах распределения
18. Способы выплаты вознаграждения торговым посредникам
19. Этапы в разработке системы каналов распределения
20. Этап 1 в разработке системы каналов распределения: анализ необходимых потребителю видов посредников
21. Этап 2 в разработке системы каналов распределения: определение целей и возможных ограничений для их достижения
22. Этап 3 в разработке системы каналов распределения: выбор вариантов построения системы каналов распределения
23. Этап 4 в разработке системы каналов распределения: оценка вариантов построения системы каналов распределения
24. Оптовые посредники в системе каналов распределения
25. Розничные посредники в системе каналов распределения
26. Отбор участников канала распределения

27. Мотивация участников канала распределения
28. Оценка и контроль деятельности участников канала распределения
29. Урегулирование конфликтов в каналах распределения
30. Сущность маркетинговой логистики
31. Причины важности маркетинговой логистики
32. Обработка заказов в маркетинговой логистике
33. Складирование в маркетинговой логистике
34. Управление запасами в маркетинговой логистике
35. Транспортировка в маркетинговой логистике
36. Интегрированное управление маркетинговой логистикой
37. Преимущества прямого маркетинга
38. Факторы роста прямого маркетинга
39. Личная продажа в прямом маркетинге
40. Прямая почтовая рассылка в прямом маркетинге
41. Телемаркетинг в прямом маркетинге
42. Телевизионный маркетинг немедленного отклика в прямом маркетинге
43. Сущность интерактивного маркетинга
44. Преимущества интерактивного маркетинга
45. Каналы интерактивного маркетинга
46. Создание электронного магазина в интерактивном маркетинге
47. Размещение рекламы в Internet в интерактивном маркетинге
48. Участие в Internet-форумах, группах новостей и досках объявлений
49. Использование электронной почты и Web-вещания в интерактивном маркетинге
50. Проблемы интерактивного маркетинга

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Очная и очно-заочная форма обучения

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу						**Максимальная сумма баллов**
Смысловой модуль N 1			Смысловой модуль N 2			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	100
10	20	15	20	20	15	

Примечание. T1, T2, ... T6 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
60-100	«зачтено»
менее 60	«не зачтено

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Губарец М.А., Мазилкина Е.И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или Как продвинуть любой товар: Учебно-практическое пособие.- М.: Дашков и К, 2022.- 222 с.
2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2023. — 559 с.
3. Логистика : учебник для вузов / В. В. Щербаков [и др.] ; под редакцией В. В. Щербакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 252 с.

Дополнительная литература:

1. Акаева, В.Р.. Логистика : Учебник / В.Р. Акаева — Москва : КноРус, 2024. — 327 с.
2. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. – М.: Вильямс И.Д., 2019. – 752 с.
3. Дыбская, В. В. Логистика в 2 ч. Часть 2 : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Дыбская, В. И. Сергеев. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 341 с.
4. Вандербильт Т. ЦА. Как найти свою целевую аудиторию и стать для неё магнитом. – М.: Бомбора, 2019. – 304 с.
5. Инновационные технологии в маркетинге. Учебник / Никулина Н.Н. и др. – М.: Русайнс, 2020. – 432 с.
6. Логистика: интегрированная цепь поставок / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дэйвид Дж. Клосс. – Москва: Олимп-Бизнес, 2017. – 635 с.
7. Сергеев, В. И. Логистика снабжения : учебник для СПО / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 384 с.
8. Складская и транспортная логистика в цепях поставок: для бакалавров и специалистов / О. Б. Маликов. – Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2017. – 397 с.
9. Шпаковский В.О. Технологии управлении общественным мнением / В.О. Шпаковский, Е.К. Егорова, О.В. Милаева. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2019. – 240 с.
10. Эдвардс В.В. Наука общения. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 390 с.

Учебно-методические издания:

1. Величко, А. А. Дистрибьюторская логистика [Электронный ресурс] : курс лекций для студ. 5-го к., ин-та экономики и упр., направления 38.03.02 «Менеджмент» ОУ «Магистр» / А. А. Величко ; Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», Каф. маркетинг. менедж. ─ Донецк : [ДонНУЭТ], 2016 . ─ Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.
2. Дергачева, В. В. Маркетинговая политика распределения [Электронный ресурс] : практикум для студентов дневной и заочной формы обучения факультета маркетинга, торговли и таможенного дела / Дергачева В.В., Соболев В.А.- Донецк: ДонНУЭТ, 2016.– 135 с.. ─ Локал. компьютер. сеть НБ ГОВПО "ДонНУЭТ".
3. Казакова, Е. Б. Маркетинг [Электронный ресурс] : опорный конспект лекций для студентов днев. и заоч. формы обучения / Е. Б. Казакова ; М-во образования и науки ДНР, Гос. орг. высш. проф. образования "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерческого дела . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2017 . ─ Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.
4. Кудинов, Э. А. Логистика: Методические рекомендации и указания для проведения практических занятий [Электронный ресурс] /ГО ВПО «Донецкий Нац. Ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и комерч. дела/ Э.А. Кудинов - Донецк: ГО ВПО [ДОННУЭТ], 2018. - 42 с. - Локал. компьютер. сеть НБ ГОВПО "ДонНУЭТ".

5. Шеремет, Т. Г. Глобализация международных услуг [Электронный ресурс] : курс лекций по учеб. дисц. Укрупненная группа 38.00.00 «Экономика и упр.», направление 38.03.01 «Экономика» (профиль «Международная экономика»), ,институт экономики и упр., 4 к. д.ф.о., з.ф.о. / Т. Г. Шеремет ; М-во образования и науки ДНР, Гос. орг. высш. проф. образования "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. международ. экономики . ─ Донецк : [ДонНУЭТ], 2016 . ─ Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021–]. – Текст : электронный.
2. Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?–]. – URL: https://www.informio.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: http://www.iprbookshop.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://seb.e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, cop. 1997–2022. – URL: https://polpred.com (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, cop. 2017. – URL: https://bookonlime.ru (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, cop. 2000–2022. – URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
9. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: http://cyberleninka.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008–]. – URL: https://rusneb.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: http://liber.rea.ru/login.php (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: http://library.fa.ru/

(дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: https://biblioclub.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
14. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: http://catalog.donnuet.education (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Учебные аудитории для проведения лекций, практических занятий, консультаций и итогового контроля, оснащенные учебной мебелью, доской, стендами, структурно-логическими схемами, мультимедийными средствами (проектор, ноутбук), презентации.

2. Читальный зал библиотеки №7302 (20 посадочных мест) для проведения самостоятельной работы, оснащенный компьютерами с выходом в сеть Интернет, доступом к электронно-библиотечной системе. Используемое программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2005г.); Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г.; Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия); 360 Total Security (бесплатная версия); АБИС "UniLib" (2021 г.); операционная система Windows 10 корпоративная LTSC; Microsoft Office 2019 Professional; Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия); 360 Total Security (бесплатная версия); АБИС «UniLib» (2021 г.)

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании

Кудинов Эдуард Алексеевич	По основному месту работы	Должность - доцент, кандидат экономичес-ких наук	Высшее, учет и аудит, экономист. Диплом кандидата экономических наук КА № 000028	1. Удостоверение о повышении квалификации 612407477113, регистрационный номер 476-16/2524, от 20.11.2023 года по программе «Организационные и психолого-педагогические основы инклюзивного высшего образования» в объеме 72 часа, ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (город Ростов-на-Дону). 2. Удостоверение о повышении квалификации №722025022620 от 07.12.2025 года по дополнительной профессиональной программе «Методика антикоррупционного просвещения и воспитания в организациях высшего образования (для педагогических работников)» в объеме 18 часов, Тюменский государственный университет.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.16 «Маркетинговая политика распределения»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Профиль: Рекламный бизнес
Трудоемкость дисциплины: 3 з.е.
Планируемые результаты обучения по дисциплине:

знать: содержание и основные принципы концепции маркетинга и логистики; задачи и принципы формирования распределительных каналов; основные принципы, методы и приемы формирования маркетинговой политики распределения; характеристики и условия применения различных методов управления с целью оптимизации сбытовых систем.

уметь: применять методический инструментарий маркетинга и логистики к разработке и реализации задач управления распределительными процессами; критически рассматривать состояние маркетинговой политики распределения; оценивать экономическую эффективность и последствия внедрения управленческих решений; анализировать и планировать оптимальные сбытовые системы; формулировать предложения относительно усовершенствования механизма функционирования современных каналов распределения.

владеть: навыками разработки и внедрения маркетинговой политики распределения; современными методами анализа и планирования оптимальных сбытовых систем, а также средствами их усовершенствования с учетом требований сложившейся рыночной ситуации.

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию комплекса маркетинга в организации.	ИДК-3$_{ПК2}$ Владеть навыками подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); разработки конкурентных ценовых стратегий; разработки сбытовой политики организации; совершенствования системы распределения (дистрибуции) в организации.

Смысловые модули и темы дисциплины:

Смысловой модуль 1. Сущность, виды и основные характеристики каналов распределения.

Тема 1. Сущность каналов распределения.
Тема 2. Внутренняя структура и принципы функционирования каналов распределения.
Тема 3. Международные каналы распределения продукции.
Смысловой модуль 2. Управление каналами распределения.
Тема 4. Разработка системы каналов распределения и управление ними.
Тема 5. Маркетинговая логистика каналов распределения.
Тема 6. Прямой и интерактивный маркетинг.

Форма промежуточной аттестации: зачёт

Разработчик:
Кудинов Э.А., доцент кафедры маркетинга и торгового дела, канд. экон. наук

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела:
Рвачева И.М., канд. экон. наук