



Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни



Міжнародна збутова діяльність

Шифр та назва спеціальності

073- Менеджмент

Інститут

ННІ Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу

Освітня програма

Міжнародний бізнес

Кафедра

Менеджменту (204)

Рівень освіти

Бакалавр

Тип дисципліни

Вибіркова, профільна

Семестр

6

Мова викладання

Українська

Викладачі, розробники



Чайкова Олена Ігорівна

Olena.Chaikova@khpi.edu.ua

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту НТУ «ХПІ»

Автор понад 60 наукових і навчально-методичних праць, у тому числі підручників. Викладач курсів: «Міжнародний бізнес», «Управління експортно-імпортними операціями», «Проектний аналіз та бізнес-планування»

[Детальніше про викладача на сайті кафедри](#)

Загальна інформація

Анотація

Управління збутовою діяльністю підприємств в умовах конкуренції має велике значення. Світовий досвід переконує, що система збуту повинна розвиватися випереджаючими темпами порівняно з виробництвом продукції. Дисципліна спрямована на формуванні в студентів сучасного світогляду та системи спеціальних знань у сфері управління міжнародною збутовою діяльністю підприємства, виробленні вмій та навичок упровадження та використання інструментів управління збутовою політикою підприємства з урахуванням особливостей зовнішнього середовища

Мета та цілі дисципліни

Метою дисципліни є виробити у студента теоретичні уявлення і практичні навички о сучасних підходах управління міжнародною збутовою діяльністю; сформувати у студентів знання принципів збутової діяльності; поглибити розуміння студентами сучасних методів збутової діяльності

Формат занять

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – іспит.

Компетентності

ЗК 04 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
ЗК 05 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
ЗК 06 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово
ЗК 08 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК 13 Цінування та повага різноманітності та мультикультурності
ЗК 14 Здатність працювати у міжнародному контексті
СК 02 Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
СК 08 Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.
СК 11 Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
СК 16 Здатність координувати експортні та імпорتنі операції міжнародної фірми, оцінювати їх ефективність, враховуючи особливості митного регулювання
СК 2.1 Здатність формування перспективної збутової політики, яка б відповідала вимогам споживачів та формування ефективної стратегії просування продукції на ринок

Результати навчання

ПР 04 Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень
ПР 06 Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень
ПР 11 Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації
ПР 12 Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації
ПР 13 Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами
ПР 16 Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
ПР 18 Демонструвати навички координації експортних та імпорتنих операцій міжнародної фірми, вміти оцінювати їх ефективність, враховуючи особливості митного регулювання
ПР 2.1 Визначати перспективну збутову політику, яка б відповідала вимогам споживачів та формування ефективної стратегії просування продукції на ринок

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 90 год. (3 кредити ECTS): лекції – 24 год., практичні заняття – 12 год., самостійна робота – 54 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Для успішного проходження курсу необхідно мати знання та практичні навички з наступних дисциплін: Основи менеджменту, Міжнародний бізнес, Управління експортно-імпортними операціями, Митне регулювання

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Інтерактивні лекції з презентаціями на платформі Teams MOffice 365, практичні заняття, семінари, командна робота, кейс-метод, метод зворотного зв'язку з боку студентів, проблемне навчання у дистанційному форматі, ігрове проектування.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Збутова діяльність в системі міжнародного бізнесу

Сутність збутової діяльності. Еволюція теорій міжнародної торгівлі. Система показників розвитку міжнародної торгівлі

Тема 2. Форми збутової діяльності

Систематизація форм збутової діяльності.

Тема 3. Методи міжнародної збутової діяльності

Систематизація методів збутової діяльності. Прямий та непрямий збут.

Тема 4. Регулювання міжнародної збутової діяльності

Система регулювання міжнародної збутової діяльності. Національний рівень регулювання. Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі.

Тема 5. Організація товарного руху в каналах розподілу

Оптова та роздрібна торгівля в каналах розподілу. Просування товарів на закордонні цільові ринки.

Тема 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу

Елементи міжнародних маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту на міжнародному ринку товарів і послуг.

Тема 7. Розробка та обґрунтування міжнародної збутової політики.

Створення багатоканальної системи збуту на світовому ринку. Формування системи міжнародного товарообігу. Просування товарів на закордонні цільові ринки.

Тема 8. Управління міжнародною збутовою діяльністю

Елементи міжнародних маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту на міжнародному ринку товарів і послуг. Система управління збутовою діяльністю

Теми практичних занять

Тема 1. Збутова діяльність в системі міжнародного бізнесу

Обговорення теоретичних питань/завдань, що винесені на лекційне заняття та самостійно опрацьовані студентами

Групова дискусія з елементами рольової гри

Тема 2. Форми збутової діяльності

Обговорення основних понять. Систематизація форм збутової діяльності.

Тема 3. Методи міжнародної збутової діяльності

Систематизація методів збутової діяльності. Прямий та непрямий збут.

Тема 4. Регулювання міжнародної збутової діяльності

Система регулювання міжнародної збутової діяльності. Національний рівень регулювання. Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі.

Тема 5. Організація товарного руху в каналах розподілу

Оптова та роздрібна торгівля в каналах розподілу. Просування товарів на закордонні цільові ринки. Групова дискусія з елементами ділового проектування

Тема 6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу

Розробіть систему збутових каналів для промислового товару і споживчого товару масового попиту. Групова дискусія. Ділове моделювання.

Тема 7. Розробка та обґрунтування міжнародної збутової політики.

Створення багатоканальної системи збуту на світовому ринку. Формування системи міжнародного товарообігу. Просування товарів на закордонні цільові ринки.

Тема 8. Управління міжнародною збутовою діяльністю

Сучасні підходи управління міжнародною збутовою діяльністю. Ділове моделювання процесу управління міжнародною збутовою діяльністю підприємства

Теми лабораторних робіт

Лабораторні заняття не передбачені.

Самостійна робота

Самостійна робота студентів передбачає опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; вивчення окремих тем або питань, які передбачено для самостійного опрацювання; підготовку до виступу на практичному занятті; вирішення і письмове оформлення задач, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; підготовку конспектів навчальних чи наукових текстів; підготовку до семестрового контролю.

Контроль виконання індивідуальних завдань здійснюється за допомогою перевірки реферату, передбаченого навчальним планом.

Література та навчальні матеріали

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємства / Монографія Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. - Донецьк, 2009. - 245 с.
3. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник. Київ: Знання, 2011. 495 с.
4. Ключник А.В. Збутова політика та її значення у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Глобальні та національні проблеми економіки - Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, Випуск 4. 2015. С.414-418
5. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85–97.
6. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

Опис структури підсумкової оцінки, обов'язкових завдань та процедури нарахування балів, особливо звертаючи увагу на самостійну роботу та індивідуальні завдання.

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

Завідувач кафедри
Олена ПРОХОРЕНКО

Гарант ОП
Олена ЧАЙКОВА