

## ЗМІСТ

<b>Передмова</b> .....	7
<b>Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу</b> .....	10
1.1. Етимологія та генезис маркетингової політики розподілу .....	10
1.2. Розподіл у системі комплексу маркетингу .....	11
1.3. Концепція та методологічний апарат МПР .....	12
1.4. Стратегія дистрибуції і МПР .....	14
1.5. Функції каналів розподілу .....	16
Перелік контрольних запитань до теми 1 .....	17
<b>Тема 2. Канали розподілу товарів: поняття, характеристики та різновиди</b> .....	18
2.1. Поняття каналів розподілу товарів та їхні потоки .....	18
2.2. Принципи функціонування каналів розподілу продукції .....	20
2.3. Класифікація каналів розподілу .....	21
2.4. Особливості та сфери використання прямих каналів розподілу продукції .....	24
2.5. Особливості та сфери використання непрямих каналів розподілу продукції .....	26
2.6. Зворотні канали розподілу .....	31
Перелік контрольних запитань до теми 2 .....	33
<b>Тема 3. Канали розподілу в інтегрованих системах</b> .....	34
3.1. Традиційні канали розподілу та їхня відмінність від вертикальних маркетингових систем (ВМС) .....	34
3.2. Різновиди ВМС .....	36
3.3. Горизонтальна маркетингова система .....	40

3.4. Комбіновані маркетингові системи (багатоканальні маркетингові системи).....	41
3.5. Тенденції розвитку каналів розподілу продукції .....	42
Перелік контрольних запитань до теми 3 .....	45
<b>Тема 4. Система розподілу товарів промисловим підприємством .....</b>	<b>46</b>
4.1. Особливості збуту продукції товарів промислового призначення (ТПП).....	46
4.2. Відбір учасників каналу розподілу .....	48
4.3. Форми співпраці учасників каналів розподілу .....	50
4.4. Мотивація учасників каналу розподілу.....	50
4.5. Координація роботи учасників каналу розподілу .....	51
4.6. Оцінювання і контроль діяльності учасників каналу розподілу.....	53
4.7. Модифікація структури каналу розподілу .....	57
4.8. Особливості збуту продукції державним установам .....	57
Перелік контрольних запитань до теми 4 .....	60
<b>Тема 5. Гуртові посередники у каналах розподілу продукції .....</b>	<b>61</b>
5.1. Характеристика діяльності гуртових посередників .....	61
5.2. Маркетингові рішення гуртовика .....	63
5.3. Незалежні гуртові посередники .....	64
5.4. Залежні гуртові посередники .....	66
Перелік контрольних запитань до теми 5 .....	69
<b>Тема 6. Роздрібні посередники у каналах розподілу товарів .....</b>	<b>70</b>
6.1. Характеристика діяльності роздрібних посередників.....	70
6.2. Різновиди роздрібних посередників .....	71
6.3. Особливості функціонування роздрібних магазинів .....	74
6.4. Позамагазинна роздрібна торгівля .....	79
6.5. Маркетингові рішення роздрібногo торговця.....	80
6.6. Особливості мерчандайзингу та його необхідність .....	82
6.7. Характеристика засобів мерчандайзингу, які застосовуються у гіпермаркетах .....	84
Перелік контрольних запитань до теми 6 .....	89
<b>Тема 7. Оптимізація систем розподілу продукції .....</b>	<b>90</b>
7.1. Чинники, які впливають на вибір довжини каналів розподілу .....	90

7.2. Фактори, які впливають на вибір ширини каналу розподілу продукції .....	94
7.3. Складові та суб'єкти прийняття рішень про структуру каналів розподілу продукції .....	95
7.4. Обґрунтування потреби у формуванні каналів розподілу продукції.....	97
7.5. Формування цілей каналу розподілу підприємства.....	99
7.6. Формування різних варіантів побудови каналів розподілу .....	100
7.7. Оцінювання і вибір каналів розподілу.....	104
7.8. Особливості формування міжнародних каналів розподілу .....	109
Перелік контрольних запитань до теми 7.....	113
<b>Тема 8. Конкуренція та конфлікти в каналах розподілу продукції.....</b>	<b>115</b>
8.1. Різновиди конкуренції в каналах розподілу продукції.....	115
8.2. Конфлікти у каналах розподілу .....	116
Перелік контрольних запитань до теми 8.....	120
<b>Тема 9. Логістичні учасники каналів розподілу.....</b>	<b>121</b>
9.1. Сутність та цілі логістики розподілу .....	121
9.2. Маркетингова політика розподілу і логістичні стратегії .....	128
9.3. Логістика в системі обслуговування споживачів .....	132
9.4. Логістичні складські процеси в каналах дистрибуції.....	137
9.5. Транспортні процеси: вид та спосіб.....	146
Перелік контрольних запитань до теми 9.....	159
<b>Тема 10. Оптимізація управління товарорухом у каналах дистрибуції.....</b>	<b>160</b>
10.1. Оптимізація функціонування системи запасів у каналах дистрибуції ....	160
10.2. Оптимізація політики запасів .....	163
10.3. Оптимізація транспортних процесів в каналах дистрибуції.....	168
10.4. Сучасні тенденції розвитку фізичної дистрибуції .....	177
Перелік контрольних запитань до теми 10.....	181
<b>Тема 11. Особливості МПР в системах прямого і інтерактивного маркетингу .....</b>	<b>182</b>
11.1. Сутність і переваги прямого маркетингу.....	182
11.2. Розвиток прямого маркетингу .....	184
11.3. Бази даних про покупців і прямий маркетинг.....	186
11.4. Особистий продаж як форма прямого маркетингу.....	187
11.5. Пряме поштове розсилання як форма прямого маркетингу .....	188

11.6. Продаж за каталогом як форма прямого маркетингу.....	190
11.7. Телефонний маркетинг як форма прямого маркетингу.....	191
11.8. Телевізійний маркетинг негайного відгуку як форма прямого маркетингу.....	192
11.9. Особливості інтерактивного маркетингу і електронна торгівля.....	193
11.10. Канали інтерактивного маркетингу.....	196
11.11. Перспективи та проблеми інтерактивного маркетингу.....	197
Перелік контрольних запитань до теми 11.....	198
<b>Перелік тестів до вивчення дисципліни .....</b>	<b>199</b>
<b>Завдання до вивчення дисципліни .....</b>	<b>216</b>
<b>Кейси до вивчення дисциплін.....</b>	<b>220</b>
<b>Словник основних термінів .....</b>	<b>241</b>
<b>Предметний покажчик.....</b>	<b>247</b>
<b>Список літератури .....</b>	<b>250</b>
<b>Додаток.....</b>	<b>256</b>