



**СИЛАБУС  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА  
РОЗПОДІЛУ»**

<b>Ступінь вищої освіти</b>	<i>Бакалавр</i>
<b>Освітньо-професійна програма</b>	<i>«Маркетинг»</i>
<b>Факультет</b>	<i>Економічний</i>
<b>Кафедра</b>	<i>Менеджменту та маркетингу</i>
<b>Семестр</b>	<i>4</i>
<b>Кількість кредитів</b>	<i>6</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>українська</i>
<b>Викладачі</b>	<i>Шимко О.В.</i>
<b>Контактна інформація</b>	<i>olgashymko23@gmail.com</i>

**ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ**

<b>Анотація</b>	<p>Навчальна дисципліна «Маркетингова політика розподілу» належить до групи базових дисциплін професійного циклу і забезпечує підготовку здобувачів вищої освіти до майбутньої професійної діяльності в ринкових умовах. Дисципліна спрямована на :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– набуття здобувачами глибоких теоретичних знань з питань організаційного та економічного механізму формування політики розподілу в сучасних умовах господарювання;</li><li>– опанування методичного інструментарію розробки та впровадження систем розподілу товарів/послуг на підприємствах;</li><li>– оволодіння навичками творчого, критичного погляду на діючий механізм розподілу товарів/послуг та розробки обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення;</li><li>– набуття навичок оцінки соціально-економічної ефективності розробки систем розподілу товарів/послуг та заходів з постійного їх удосконалення /підвищення ефективності.</li></ul>
<b>Мета та цілі</b>	<p>Формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти сучасного економічного мислення, глибокого комплексного розуміння проблем формування маркетингової політики розподілу та опанування навичками їх комплексного розв'язання в умовах конкурентного середовища.</p>
<b>Результати навчання</b>	<p><b>Здобувач набуває вмінь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– інтегрувати маркетингову політику розподілу в загальну систему маркетингового управління підприємством;</li><li>– розробляти управлінські рішення щодо обґрунтування організаційно-економічних заходів, спрямованих на підвищення ефективності системи розподілу товарів/послуг;</li></ul>

	– обґрунтовувати вибір структури каналів розподілу та типу посередників для збуту товарів/послуг підприємства; створювати ефективні комунікації в процесі формування і управління системою розподілу товарів/послуг.
<b>Softskills</b>	Навички комунікації, лідерство, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміння важливості дедлайнів, здатність мислити нестандартно, вміння пристосовуватися до швидких змін, креативність.
<b>Пререквізити</b>	Базові знання з дисциплін: «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Господарське право».

<b>СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<b>Тема</b>	<b>План, короткі тези</b>	<b>Завдання</b>	<b>К-ть балів</b>
<b>1. Сутність маркетингової політики розподілу (МРП) та її сучасна концепція</b>	Розподіл в системі комплексу маркетингу. Сутність та підходи до розуміння МРП. Складові МРП, стратегічні та тактичні завдання. Алгоритм заходів політики розподілу. Принципи політики розподілу. Орієнтири збутової політики підприємства і маркетингової політики розподілу. Роль і значення політики розподілу залежно від функціональних пріоритетів на різних рівнях управління. Вітчизняний та зарубіжний досвід розвитку маркетингових систем розподілу.	Бесіда з елементами дискусії, Експрес опитування	3
<b>2. Маркетингові канали розподілу</b>	Маркетингові фактори впливу на збут. Сутність каналу розподілу та його функції (пов'язані з угодами, логістичні, обслуговування). Критерії вибору каналів розподілу. Характеристики каналів розподілу: рівень каналу та ширина. Чинники, що впливають на кількість рівнів каналу розподілу. Доцільність опосередкованого збуту. Типи торгових посередників. Види посередників за функціями та повноваженнями. Суб'єкти комерційного посередництва: дистриб'юторські, агентські, брокерські, лізингові фірми, біржі, аукціони, виставки-ярмарки. Організація діяльності різних видів посередників із перепродажу товарів. Правове регулювання торгово-посередницької діяльності.	Тести, практичні завдання	6
<b>3. Розподіл на промисловому ринку</b>	Особливості організації розподілу і збуту продукції на промисловому ринку. Канали розподілу на промисловому ринку, їх рівні та функції. Формування каналів розподілу. Основні характеристики каналів розподілу. Персональний продаж ТВП. Фактори, що впливають на вибір посередника. Характеристика та класифікація посередників на промисловому ринку. Системи каналів збуту на промисловому ринку (власна збутова організація, залежні збутові посередники, незалежні збутові посередники). Стандарти обслуговування. Торгівля через Інтернет. Торгівля через каталоги. Лізинг як спосіб збуту товарів виробничо-технічного призначення. Організація конкурсів (тендерів).	Тести, практичні завдання, есе	3
<b>4. Організаційно-економічні особливості лізингу</b>	Суть, специфічні риси та функції лізингу. Переваги та недоліки лізингу. Форми лізингу (внутрішній і міжнародний), типи (довго-, середньо-, короткостроковий), види (фінансовий, поворотний,	Бесіда з елементами дискусії, есе	3

	оперативний). Правове регулювання лізингової діяльності. Порядок укладання і виконання договору лізингу. Учасники лізингового ринку. Лізингові компанії. Основні об'єкти фінансового лізингу. Економічні основи лізингу.		
<b>5. Публічні закупівлі</b>	Сутність, функції публічних закупівель та їх базові принципи. Система державного регулювання і контролю в сфері публічних закупівель. Характеристика суб'єктів та об'єктів в публічних закупівлях. Інформаційна система забезпечення публічних закупівель. Організація закупівельної діяльності. Закупівлі з використанням процедур відкритих торгів. Конкурентний діалог як процедура публічних закупівель. Переговорна процедура закупівлі.	Бесіда з елементами дискусії, есе,	3
<b>6. Роздрібна торгівля в системі розподілу товарів</b>	Сутність та класифікація об'єктів роздрібної торгової мережі. Магазинні та позамагазинні форми продажу товарів. Магазин як основний вид роздрібної торгової мережі. Форми товарної спеціалізації магазинів. Типи магазинів та їх об'єднань. Організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі. Організація пересувної торгівлі. Продаж товарів поштою. Організація торгівлі на ринках. Електронна торгівля. Суть і організаційні форми аукціонів (добровільні, примусові; англійський аукціон, голландський аукціон). Internet-аукціони. Аукціонний товар. Центри аукціонної торгівлі. Учасники аукціону. Порядок проведення аукціонів. Принципи розміщення роздрібної мережі. Механізм формування структури роздрібної торгової мережі та її територіального розміщення. Зарубіжний досвід розвитку роздрібної торгової мережі.	Кейси, практичні завдання, тести, есе	9
<b>7. Оптова торгівля в системі розподілу товарів</b>	Сутність, роль та значення оптової торгівлі. Функції оптової торгівлі (комерційні, виробничі). Структура та інфраструктура оптової торгівлі. Фактори, що впливають на розвиток оптової торгівлі. Основні напрямки розвитку оптової торгівлі в Україні. Види оптових підприємств та їх класифікація. Послуги оптових підприємств. Організатори оптового обороту (товарні біржі, оптові ярмарки, оптові продовольчі ринки). Біржа як організатор оптового обороту. Роль і функції товарних бірж. Класифікація товарних бірж за різними ознаками: регіонами діяльності, характеристикою товарного асортименту, видами біржових угод, ступенями відкритості, організаційно-правовими формами діяльності. Біржовий товар, класифікація за різними критеріями: функціональним призначенням, предметною спеціалізацією, видовим складом, гатунками. Регулювання біржової діяльності в Україні. Біржові посередники: брокери, маклери, дилери та їх роль і функції в організації біржової торгівлі. Сутність та еволюція виставково-ярмаркової діяльності. Основні відмінності виставок та ярмарок. Принципи, функції, методи, інструменти виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація виставок-ярмарок. Організація виставок (ярмарок).	Кейси, тести, практичні завдання, есе	9
<b>8. Процес вибору та управління каналами</b>	Процес формування каналів розподілу. Традиційна система розподілу. Вертикальні маркетингові системи (корпоративні маркетингові системи, адміністративні	Кейси, Тести, Есе	9

розподілу	маркетингові системи, договірні вертикальні маркетингові системи):сутність, особливості функціонування. Горизонтальні маркетингові системи. Багатоканальна маркетингова система. Підходи до вибору оптимального каналу розподілу. Варіанти стратегій охоплення ринку: інтенсивний, селективний, ексклюзивний. Стратегії комунікації в каналі розподілу (проштовхування, протягування). Критерії вибору безпосередніх учасників розподілу. Мотивація учасників каналу. Оцінювання та контроль діяльності учасників каналу. Франчайзинг як ефективна маркетингова система. Франчайзер та франчайзі як суб'єкти відносин франчайзингу. Пріоритети, обмеження та недоліки франчайзингових систем. Види франчайзингу: товарний, виробничий, діловий. Франчайзинговий договір. Компоненти франчайзингового пакета. Франчайзингова винагорода. Види франчайзингових платежів і форм їх здійснення. Особливості правового регулювання франчайзингових відносин. Стан, тенденції, проблеми розвитку франчайзингових систем в Україні.		
<b>9. Товарорух як складова політики розподілу</b>	Сутність та основне завдання товароруху (маркетинг-логістики). Мета та цілі товароруху. Основні елементи товароруху (обробка замовлень, складування, упакування, підтримання товарних запасів, транспортування товару). Форми товароруху (складська, транзитна): переваги та недоліки. Централізований та децентралізований метод доставки товарів: переваги та недоліки. Маршрути доставки товарів: лінійний, кільцевий.	Есе, практичні завдання, опитування	3
<b>10.Управління запасами</b>	Сутність матеріальних запасів та причини їх створення. Роль товарно-матеріальних запасів в процесі товароруху. Види товарно-матеріальних запасів. Модель економного розміру замовлення. Системи управління матеріальними запасами. Параметрами системи управління запасами. Система з фіксованим розміром замовлення. Система з фіксованою періодичністю замовлення. Система із заданою періодичністю поповнення запасів до встановленого рівня. Система «максимум-мінімум». Вибір, обумовлений правилом 80 – 20. Аналіз ABC-XYZ	Тести, розрахункові завдання, опитування	3
<b>11.Управління складуванням в системі товароруху</b>	Сутність та функції складів. Класифікація товарних складів. Типи складів. Вимоги до устрою складу, склад і взаємозв'язок приміщень. Зміст і схема логістичного процесу на складі. «Технологічна карта» і «технологічний графік». Оцінка рівня розвитку та ефективності функціонування складів. Основні напрямки розвитку та підвищення ефективності використання складської мережі в Україні.	Тести, опитування, практичні завдання, есе	6
<b>12. Транспортно-експедиторське обслуговування в системі товароруху</b>	Новий підхід та вимоги до транспорту як складової частини товароруху. Критерії вибору виду транспорту. Логістичні характеристики різних видів транспорту. Організація перевезень вантажів залізничним, автомобільним, водним і авіаційним транспортом. Планування маршрутів перевезення. Аутсорсинг на транспорті. Транспортно-експедиційне забезпечення товароруху.	Тести, практичні завдання, Опитування, есе	3

## **ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ**

### **Нормативна література**

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV [Електронний ресурс]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show>
2. Державний стандарт України «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення». К.: Держстандарт України, 2004. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show>
3. Про виставкову діяльність в Україні: Закон України (проект). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show>
4. Про публічні закупівлі: Закон України від 25.12.2015 № 922-VIII. <https://www.zakon.rada.gov.ua>
5. Про товарну біржу: Закон України від 10.12.1991 № 1956-XII. <https://www.zakon.rada.gov.ua>
6. Про транспорт: Закон України від 10.11.94 № 232/94-ВР. <https://www.zakon.rada.gov.ua>
7. Про транспортно-експедиторську діяльність: Закон України від 1.07.2004 № 1955-IV. <https://www.zakon.rada.gov.ua>
8. Про фінансовий лізинг: Закон України 16.12.1997 № 723/97-ВР. <https://www.rada.gov.ua>
9. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності: Постанова Кабінету міністрів України від 22 серпня 2007 р. № 1065. <https://www.rada.gov.ua>

### **Основна література**

10. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посібник. Київ: Знання, 2016. 495 с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5740>
11. Зоріна О.І., Наумова О.Е., Сиволовська О.В., Боровська О.Г. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 210с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5741>
12. Крикавський Є.В., Косар Н.С., Чубала А. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник. 2-ге вид., зі змінами. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 260 с.
13. Сухорська У. Р., Щербань В. М. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2015. 383 с.
14. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468 с.
15. Хрупович С. Є. Маркетингова політика розподілу: опорний конспект лекцій. Тернопіль, 2018. 55 с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5744>

### **Допоміжна література**

16. Белявцев М.І., Леонова Г.Д., Зайцева А.М. Маркетингова політика розподілу. Донецьк: Норд-Прес, 2010. 279 с.
17. Антощенкова В.В. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства: актуальність та перспективи. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2017. С. 77-84.
18. Апопій В.В. Організація торгівлі: підруч. для студ. вищ. навч. закл. – 3-тє вид./ В.В. Апопій, І.П. Міщук, В.М. Ребицький. К.: ЦУЛ, 2009. 628 с.
19. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навч. посібник. Київ: Друкарік. 2021. 344 с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/6163>
20. Біловодська О.А., Сигида Л. О. Маркетингова політика розподілу: принципи управління та показники ефективності. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. 2016. № 846. С. 16-20.
21. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85-97.
22. Біловодська О.А., Шимаріна А. К. Методичний підхід щодо оцінювання посередників при комерціалізації промислових товарів. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2018. . Вип. 6. С. 59-62.

23. Біловодська О. А. Управління розподілом інноваційної продукції промислових підприємств: сутність, механізм, стратегії та оцінка ефективності. Ефективна економіка (електронне видання). 2018. № 1. 12с.<https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5743>
24. Біржова торгівля на товарних ринках: навч. посіб. / Солодкий М. О., Ільчук М. М., Яворська В. О. ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Київ : НУБіП України, 2023. 587 с.
25. Бойко Є. О. Розвиток складської логістики на мікро-, мезо-, макрорівнях/ Є. О. Бойко, І. В. Сіренко, А. Б. Трушлякова, А. А. Носар // Український журнал прикладної економіки. 2021. Т. 6, № 2. С. 41-47.
26. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/6161>
27. Болтянська Л.О., Прус Ю.О. Економіка та організація торгівлі: курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2021. 162 с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/6162тз>
28. Бровдій А. М. Організація публічних закупівель: навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 183с.
29. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підруч. для студ.вищ. навч. закл. 2-ге вид. К.: КНТЕУ, 2012. 679 с.
30. Гречуха А.О. Складові сучасної маркетингової політики розподілу продукції підприємства. Економіка і суспільство. 2016. № 4. С.132-137.
31. Грищенко О. Фінансовий лізинг: історія, сучасність та перспективи розвитку. <https://www.justinian.com.ua/article.php?id=2192>.
32. Дорогань С.М., Комяков О.О. Вдосконалення системи розподілу підприємства. Актуальні проблеми економіки та управління. 2012 [Електронний ресурс]. [http://probl\\_economy.kpi.ua/pdf/2012\\_43.pdf](http://probl_economy.kpi.ua/pdf/2012_43.pdf)
33. Кавун-Мошковська О. О.Торговельні мережі : підручник Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 488 с.
34. Носар А. А. Економічна діагностика регіональних особливостей розвитку сфери складської логістики в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2021. Т. 6, № 1. С. 344-352.
35. Обрителько Б. А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: Навч. посіб. К.: МАУП, 2013. 269с.
36. Олініченко К. С. Управління товарними запасами підприємств роздрібною торгівлі : монографія. Харків: І. С. Іванченкр, 2017. 211 с.<https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5742>
37. Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг: Підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. К.: Центр учбової літератури, 2009. 264с.
38. Публічні закупівлі: навч. посіб. / [уклад. Е. О. Юрій та ін.] ; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича : Рута, 2020. 199 с.
39. Семенова Т. В. Економіка та організація торгівлі : навч. посібник. Дніпро : УДУНТ, 2024. 113 с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/6164>
40. Складська логістика: навч. посіб. / [В. Є. Марчук та ін.] ; Нац. авіац. ун-т. Херсон : Олді-Плюс, 2020. 254 с.
41. Скрипник Г., Подик С. Публічні закупівлі: навч. посіб. Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Київ : Ямчинський О. В. [вид.], 2022. . 330 с.
42. Слав'юк Р. А. Організація біржової діяльності: навч. посіб. Львів : Простір-М, 2023. 213 с.
43. Сотник І.М., Таранюк Л.М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник. Суми: Університетська книга, 2018. 572 с.

44. Спіріданова К. О., Каширнікова І. О., Кірнос О. С. Управління товарними запасами торгівельних підприємств в сучасних умовах. Економічний простір. 2024. № 191. С. 401-405. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5749>
45. Ткаченко А. М., Севастьянов Р. В. Роль збутової логістики в управлінні комерційним, каналним і фізичним розподілами готової продукції. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 1. С. 188-191
46. Франчайзинг : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, Т. В. Мирончук, І. З. Салата, Л. В. Марчук ; за ред. О. Є. Кузьміна . К. : Знання, 2011. 267 с.
47. Швед В. В., Омельченко О. В., Дробаха С. В. Збутова політика підприємства та її елементи. Сталий розвиток економіки. 2024. № 2 (49). С. 76 – 82. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5751>
48. Шимко О.В. Біржова торгівля в Україні: проблеми становлення та розвитку. Наукові записки. Серія економіка. Випуск 12. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2009. С.437-443.
49. Шимко О.В. Товарні запаси як об'єкт інтегрованого управління// Матеріали звітної наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників і студентів. Секція «Економіка і менеджмент». Випуск XIII 22 лютого 2013 р. Рівне: РДГУ, 2013. С. 116-117
50. Шимко О.В. Інтегрована політика управління товарними запасами роздрібного торговельного підприємства. Формування фінансової системи в умовах глобалізації: XXIV Міжнародна науково-практична конференція (м. Київ, 09 - 10 серпня 2013 р.): Аналітичний центр «Нова Економіка», 2013. С.68-71
51. Шимко О.В. Франчайзинг як форма коопераційних зв'язків суб'єктів господарювання. Проблеми розвитку соціально-економічних систем: підприємництво, глобалізація, економічне зростання. Матеріали I Регіональної міжвузівської науково-практичної конференції. Київ-Дубно, 2010. С.50 -51
52. Шимко О. В. Омнікальність як маркетинговий інструмент забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Бізнес Інформ. 2022. №1. С.462-468.
53. Веретін Л. С., Шимко О. В. Інфраструктура аграрного товарного ринку: проблеми розвитку та потенціал інтеграції в глобальні ланцюги. Актуальні питання економічних наук, (11). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15542808> //a-economics.com.ua/index.php/home/article/download/527/536
54. Шимко О. В., Веретін Л. С. Вендинговий бізнес як альтернативний канал просування товарів/послуг. Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у XXI столітті: збірник тез доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції до 30-річчя Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (м. Рівне, 19 жовтня. 2023 року). Рівне, 2023. Ч. 4. С.183-186 <https://reposit.uni-sport.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5a17b588-8652-46e7-986f-f>
55. Shymko O.V., Veretin L.S. TRADING THROUGH MACHINES IN THE SYSTEM OF MARKETING CHANNELS. «Детермінанти соціально-економічного відновлення держави, регіонів та суб'єктів господарювання»: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції 10 листопада 2023 р. Рівне : НУВГП, 2023. С.451-453
56. Шимко О.В., Мосійчук Д.Ю. Інноваційні технології в логістичній діяльності: практика використання та перспективи розвитку. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф., Частина 2. Луцьк, 6 груд. 2024 р., Луцьк: Надстир'я, 2024. С.75-76
57. Шимко О. В., Веретін Л. С. Маркетплейси як ефективний інструмент розвитку шерингової економіки. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (02 травня 2025р). Луцьк: ЛНТУ, 2025. С.162-164 <https://lntu.edu.ua/uk/struktura/cafedries/kafedra-marketingu>
58. Шимко О. В., Веретін Л. С. Трансформація інфраструктури товарного ринку України в умовах воєнної економіки. Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті

євроінтеграції: збірник матеріалів XIУ Міжнародної науково-практичної конференції 22.05.2025. Рівне: НУВГП, 2025. С. 93-95

59. Шимко О. В., Демидюк С. М. Сучасні тенденції розвитку франчайзингу як бізнес-стратегії. Бізнес Інформ. 2024. №1. С. 363–368.

60. Яковлєв А.І., Ларка М.І., Сударкіна С.П. Маркетинг промислового підприємства: навч. посібник. Київ: Видав. дім «Кондор», 2019. 504 с. <https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/5745>

## ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Загальна політика</b>	Здобувач освіти має відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
<b>Політика щодо академічної доброчесності</b>	Під час виконання завдань вимагається дотримання правил академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн-тестування. При виконанні усіх видів завдань у випадку використанні штучного інтелекту здобувач має дотримуватися Політики відповідального, етичного та безпечного використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», розробленої для всіх учасників освітнього, наукового та адміністративного процесу.

## ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів	
Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (теми 1-7)	36
Змістовий модуль 2 (теми 8-12)	24
Підсумковий контроль (теми 1-12) – екзамен	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

