Тема 14. Управление распределением

Цель лекции: описать сущность и процесс управления распределением

Распределение в комплексе маркетинга нацелено на обеспечение доступности товара конечным потребителям. Значительная часть предприятий доставляет товар на рынок с помощью торговых посредников. Формирование такой цепочки и представляет собой канал распределения.

Маркетинговые решения в каналах распределения связаны с формированием их видов и организационных форм, интенсивностью распределения, выбором и использованием торговых посредников, применением средств прямой продажи, установлением длительных связей с потенциальными потребителями и др.

Участники каналов распределения — это *торговые посредники,* которые, в свою очередь, сами осуществляют собственную маркетинговую политику на рынке (например, розничные и оптовые торговцы).

Неуклонно возрастает *роль прямого маркетинга* (торговля без посредников, сетевой маркетинг и др.). Прямой маркетинг представляет собой интерактивную систему, в которой используются различные средства для непосредственного общения *с* потенциальными покупателями (почтовые рассылки, каталоги, телефонные средства, компьютерные сети и др.).

Особое и всевозрастающее значение приобретает развитие *маркетинга отношении.* Сегодня его рассматривают как новое и самостоятельное направление в современном маркетинге. Он нацелен на «пожизненное» сохранение клиентов для предприятия. Формируются условия перехода от простого осуществления сделки к построению длительных и взаимовыгодных отношений.

Вопросы для контроля:

1. Опишите сущность управления распределением
2. Объясните процесс управления распределением

Список рекомендуемой литературы:

Учебная литература:

1. Данько Т.П. Управление маркетингом: учеб. / Тамара Петровна Данько. - 3-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2010. - 362с.- (Высш. образование).
2. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии – М.: Питер, 2012
3. Управление маркетингом: учеб. пособие / под ред. И. М. Синяевой.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Вузовский учеб., 2011.- 414
4. Ахметова З.Б. Ценообразование: учебное пособие / З.Б. Ахметова. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 296с.

Интернет-ресурсы:

Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал по «Управление маркетингом», а также документация для подготовки к семинарам, выполнения СРС/СРСП будет доступна на вашей странице на сайте univer.kaznu.kz. в разделе УМКД.

http://www.iamr.kz
http://econbook.kemsu.ru
https://habrahabr.ru
http://www.w3ii.com/ru/marketing_management