**Практична робота 9**

**Міжнародні канали розподілу**

**Питання для обговорення**

1. Сутність міжнародної збутової політики.
2. Формування каналів розподілу продукції.
3. Характеристики міжнародних каналів розподілу.
4. Вертикальні маркетингові системи.
5. Управління збутовим персоналом.

Завдання 9.1.

Продовжити визначення термінів, понять.

1. Міжнародна збутова політика – це …
2. Канали розподілу – це …
3. Функції каналів розподілу класифікуються за …
4. До чинників впливу на рішення про вибір або формування каналів розподілу належать: …
5. Розрізняють такі базисні типи каналів розподілу: …
6. До основних характеристик каналів розподілу відносять: …
7. … - складається з певної кількості наявних в ньому проміжних рівнів – посередників.
8. … - утворюють посередники на кожному рівні розподілу.
9. Залежно від поставленої мети компанія вдається до дій щодо …
10. До параметрів міжнародних каналів розподілу відносять: …
11. Головною проблемою комбінованого каналу розподілу виступає …
12. Множинні канали розподілу розробляють задля: …
13. … - точно визначені, чітко керовані зв’язки між суб’єктами каналів розподілу, що створюють для досягнення максимізації на збутових витратах і позитивного ефекту в процесах руху продукції від виробника до споживача.
14. До основних типів в ВМС відносять: …
15. У системах, якими керують оптові компанії, оптовики організують …
16. У роздрібних об’єднаннях невеликі компанії організовують …
17. До форм франчайзингу належать: …
18. Особливості кадрової політики збутового персоналу проявляється …
19. Стратегічні напрями кадрової політики міжнародної кампанії включають …
20. Тактичні напрямки включають в себе …
21. Особливістю управління персоналом у міжнародній компанії є …

**Тести**

**До теми «Міжнародні канали розподілу»**

1. Функції обслуговування каналів розподілу класифікують таким чином:
2. дослідження ринку, оцінка якості продукції;
3. трансформування продукції;
4. просування та продаж продукції.
5. Що не належить до чинників впливу на рішення про вибір або формування каналів розподілу?
6. форма торгівлі (оптова, роздрібна)
7. наявність достатньої кількості посередників
8. індивідуальний асортимент товарів для кожної людини світу.
9. Метою міжнародної збутової політики виступає:
10. збільшення собівартості продукції та витрат на реалізацію;
11. мінімізація витрат на реалізацію, збільшення обсягу продажу;
12. зменшення обсягу продажу та ринкової частки.
13. Задля проникнення на закордонний ринок, компанія повинна вдатися до таких дій:
14. оптимізувати збутової мережі;
15. не створювати й не підтримувати торговельну марку;
16. відмінити контроль над сегментом ринку.
17. Селективний розподіл товарів підприємства передбачає:
18. наймасовіше розміщення товарів;
19. представленість товарів фірмового підприємства торгівлі;
20. надання прав на реалізацію продукції.
21. Що не належить до параметрів міжнародних каналів розподілу?
22. система знижок і комісійних винагород;
23. відсутність сервісних функцій для товару, що пропонує виробник;
24. розроблена система привілеїв для посередників.
25. Що не є відповідальністю компанії виробника при комбінованих каналах розподілу?
26. проведення досліджень ринку;
27. використання функції фізичного розподілу та реалізації товарів;
28. скасування налагодження та гарантійного обслуговування.
29. Горизонтальну інтеграцію посередників створюють для:
30. спільного використання наявних ресурсів, щоб збільшити загальний перелік пропозицій;
31. максимізації функціональної забезпеченості всіх учасників збутового процесу;
32. виявлення недоліків у діяльності всіх посередників та партнерів.
33. Вертикальні маркетингові системи формують із:
34. паралельних зв’язків;
35. горизонтальних зв’язків;
36. вертикальних зв’язків.
37. Корпоративна система ВМС поєднує:
38. свою діяльність завдяки адміністративному управлінню ними одними із суб’єктів каналу розподілу;
39. процеси виробництва та розподілу під єдиним управлінням;
40. незалежні фірми на різних рівнях виробництва та розподілу.