

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. декана факультету економіки
та управління

Андрій КОЦУР
08 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ІНЦІНОТ

Святослав ПИТЕЛЬ
08 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. проректора з науково-
педагогічної роботи



Віктор ОСТРОВЕРХОВ
08 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА»

Ступінь вищої освіти – магістр

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма – «Маркетинг»

Кафедра маркетингу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	СРС (год.)	Разом	Залік
Денна	1	2	30	15	5	4	96	150	2
Заочна	1	2	8	4	-	-	138	150	2

25.09.2023
[Signature]

Тернопіль – 2023

Робочу програму склав доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук
Ростислав ОКРЕПКИЙ.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу,
протокол № 2 від 25 вересня 2023 р.

Завідувач кафедри



Тетяна БОРИСОВА

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 075 Маркетинг,
протокол № 2 від 25 вересня 2023 р.

Голова групи
забезпечення спеціальності



Тетяна БОРИСОВА

Гарант ОП



Світлана ХРУПОВИЧ

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “Маркетингова логістика”

1. Опис дисципліни “Маркетингова логістика”

Дисципліна “Маркетингова логістика”	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	галузь знань (шифр, найменування) 07 «Управління та адміністрування»	Статус дисципліни (вибіркова) Мова навчання українська
Кількість залікових модулів – 4	спеціальність (шифр, найменування) – 075 «Маркетинг»	Рік підготовки: <i>Денна – 1</i> <i>Заочна – 1</i> Семестр: <i>Денна – 2</i> <i>Заочна – 2</i>
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – магістр	Лекції: <i>Денна – 30</i> <i>Заочна – 8</i> Практичні заняття: <i>Денна – 15</i> <i>Заочна – 4</i>
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: <i>Денна – 96</i> <i>Заочна – 138</i> Індивідуальна робота : <i>Денна – 5</i> <i>Заочна – 0</i> Тренінг: <i>Денна – 4 год.</i> <i>Заочна – 0 год.</i>
Тижневих годин – , з них аудиторних –		Вид підсумкового контролю – залік

2. Мета і завдання дисципліни «Маркетингова логістика»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Мета вивчення дисципліни полягає у забезпечення достатнього рівня компетентностей майбутніх кваліфікованих магістрів з маркетингу у науковому обґрунтуванні та прийнятті оптимальних управлінських рішень з логістики із використанням сучасних інформаційних технологій.

2.2. Завдання вивчення дисципліни полягає у засвоєнні існуючих форм і видів маркетингових логістичних операцій, особливостей їх здійснення, закріплення комплексу економічних знань і засвоєння досягнень теорії і практики управління логістичними процесами.

2.3. В процесі вивчення дисципліни студент повинен знати:

- основні наукові течії логістики та етапи її розвитку;
- знати основні види матеріальних потоків у логістиці та їх характеристики;
- сутність і видам логістичних ланцюгів;
- розуміти сутність і завдання закупівельної логістики;
- розуміти сутність і завдання виробничої логістики;
- види матеріальних запасів та організаційні системи управління ними;
- знати параметри і основні характеристики логістичного обслуговування.

2.4. Після вивчення дисципліни студент повинен вміти:

вибирати постачальника, володіти методикою визначення економічного розміру замовлення

- моделювати системи розподілу і каналів у логістиці;
- здійснювати вибір виду транспортного засобу і розраховувати тарифи;
- формувати підсистеми логістичного сервісу;
- Володіти методикою розрахунку ефективності логістичної системи;
- вміти управляти логістичними витратами.

3. Програма навчальної дисципліни: «Маркетингова логістика»

Змістовий модуль 1. Логістика – інструмент ринкової економіки

ТЕМА 1. ЛОГІСТИКА ЯК НАУКА ПРО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ

- 1.1. ПОНЯТТЯ І СУТНІСТЬ ЛОГІСТИКИ
- 1.2. ЕТАПИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ
- 1.3. СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ ЛОГІСТИКИ
- 1.4. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ ЛОГІСТИКИ

ТЕМА 2 . МАТЕРІАЛЬНІ ПОТОКИ ТА ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ

- 2.1. МАТЕРІАЛЬНИЙ ПОТІК І ЙОГО ХАРАКТЕРИСТИКИ
- 2.2. ВИДИ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ
- 2.3. ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ

ТЕМА 3. ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ І ЛАНЦЮГИ

- 3.1. СУТНІСТЬ І ВИДИ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ
- 3.2. ЛОГІСТИЧНІ ЛАНЦЮГИ

ТЕМА 4. ЗАКУПІВЕЛЬНА ЛОГІСТИКА

- 4.1. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ
- 4.2. ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКА
- 4.3. ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗМІРУ ЗАМОВЛЕННЯ
- 4.4. СИСТЕМА ПОСТАЧАНЬ «ТОЧНО У ТЕРМІН» В ЗАКУПІВЕЛЬНІЙ ЛОГІСТИЦІ

ТЕМА 5. ВИРОБНИЧА ЛОГІСТИКА

- 5.1. ПОНЯТТЯ ВИРОБНИЧОЇ ЛОГІСТИКИ
- 5.2. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ У ВИРОБНИЧІЙ ЛОГІСТИЦІ
- 5.3. ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ «MRP»
- 5.4. МІКРОЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА КАНВАН
- 5.5. МІКРОЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ «ХУДЕ ВИРОБНИЦТВО»

ТЕМА 6. РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА

- 6.1. СУТНІСТЬ РОЗПОДІЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ
- 6.2. КАНАЛИ РОЗПОДІЛУ В ЛОГІСТИЦІ
- 6.3. ЛОГІСТИЧНІ ПОСЕРЕДНИКИ У КАНАЛАХ РОЗПОДІЛУ
- 6.4. РОЗПОДІЛЬЧІ ЦЕНТРИ У ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГАХ
- 6.5. ПОБУДОВА СИСТЕМИ РОЗПОДІЛУ

Змістовий модуль 2. Економіка маркетингової логістики

ТЕМА 7. ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА

- 7.1. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ
- 7.2. ВИБІР ВИДУ ТРАНСПОРТНОГО ЗАСОБУ
- 7.3. ТРАНСПОРТНІ ТАРИФИ

ТЕМА 8. ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА

- 8.1. ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТОКИ У ЛОГІСТИЦІ
- 8.2. ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ
- 8.3. ЛОГІСТИЧНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ

ТЕМА 9. ЛОГІСТИКА ЗАПАСІВ

9.1. МАТЕРІАЛЬНІ ЗАПАСИ, ПРИЧИНИ ЇХ СТВОРЕННЯ

9.2. ВИДИ МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ

9.3. СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ЗАПАСАМИ

ТЕМА 10. ЛОГІСТИКА СКЛАДУВАННЯ

10.1 СКЛАДИ ТА ЇХ ФУНКЦІЇ

10.2. ЛОГІСТИЧНИЙ ПРОЦЕС НА СКЛАДІ

ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ВИДИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

11.1. ЗНАЧЕННЯ І СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ

11.2. ФОРМУВАННЯ ПІДСИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ

11.3. ПАРАМЕТРИ І ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

ТЕМА 12. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

12.1. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ, МЕТОДИКА ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

12.2. УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ

4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Маркетингова логістика»

(денна форма навчання)

Програма змістових модулів	Кількість годин				
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. <u>Логістика – інструмент ринкової економіки</u>					
ТЕМА 1. ЛОГІСТИКА ЯК НАУКА ПРО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ	2	1	8		Тести, усне опитування кейси, ситуаційні завдання
ТЕМА 2. МАТЕРІАЛЬНІ ПОТОКИ ТА ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ	2	1	8		
ТЕМА 3. ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ І ЛАНЦЮГИ	2	1	8		
ТЕМА 4. ЗАКУПІВЕЛЬНА ЛОГІСТИКА	2	1	8		
ТЕМА 5. ВИРОБНИЧА ЛОГІСТИКА	4	2	8		
ТЕМА 6. РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА	2	1	8		
Змістовий модуль 2. <u>Економіка маркетингової логістики</u>					
ТЕМА 7. ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА	4	2	8		Тести, усне опитування кейси, ситуаційні завдання
ТЕМА 8. ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА	2	1	8		
ТЕМА 9. ЛОГІСТИКА ЗАПАСІВ	2	1	8		
ТЕМА 10. ЛОГІСТИКА СКЛАДУВАННЯ	2	1	8		
ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ВИДИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ	4	2	8		
ТЕМА 12. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ	2	1	8		
ТРЕНІНГ					4
ЗАХИСТ КППЗ				5	
Разом	30	15	96	5	4

(заочна форма навчання)

Програма змістових модулів	Кількість годин				
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. <u>Логістика – інструмент ринкової економіки</u>					
ТЕМА 1. ЛОГІСТИКА ЯК НАУКА ПРО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ	4	2	10		
ТЕМА 2. МАТЕРІАЛЬНІ ПОТОКИ ТА ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ			10		
ТЕМА 3. ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ І ЛАНЦЮГИ			12		
ТЕМА 4. ЗАКУПІВЕЛЬНА ЛОГІСТИКА			12		
ТЕМА 5. ВИРОБНИЧА ЛОГІСТИКА			12		
ТЕМА 6. РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА			12		
Змістовий модуль 2. <u>Економіка маркетингової логістики</u>					
ТЕМА 7. ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА	4	2	12		
ТЕМА 8. ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА			12		
ТЕМА 9. ЛОГІСТИКА ЗАПАСІВ			12		
ТЕМА 10. ЛОГІСТИКА СКЛАДУВАННЯ			12		
ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ВИДИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ			12		
ТЕМА 12. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ			10		
Разом	4	2	138		

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття №1

ТЕМА: ЛОГІСТИКА ЯК НАУКА ПРО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ

Мета: Ознайомитися із основними науковим течіями логістики, вивчити етапи розвитку науки.

Питання для обговорення:

1. ПОНЯТТЯ І СУТНІСТЬ ЛОГІСТИКИ
2. ЕТАПИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ
3. СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ ЛОГІСТИКИ
4. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ ЛОГІСТИКИ

ТЕМА: МАТЕРІАЛЬНІ ПОТОКИ ТА ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ

Мета: Вивчити основні види матеріальних потоків у логістиці

Питання для обговорення:

1. МАТЕРІАЛЬНИЙ ПОТІК І ЙОГО ХАРАКТЕРИСТИКИ
2. ВИДИ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ
3. ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ

Практичне заняття №2

ТЕМА: ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ І ЛАНЦЮГИ

Мета: Ознайомитися із сутністю і видами логістичних ланцюгів.

Питання для обговорення:

1. СУТНІСТЬ І ВИДИ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ
2. ЛОГІСТИЧНІ ЛАНЦЮГИ

ТЕМА: ЗАКУПВЕЛЬНА ЛОГІСТИКА

Мета: Вивчити методи розрахунку розміру економічного замовлення

Питання для обговорення:

1. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ЗАКУПВЕЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ
2. ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКА
3. ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗМІРУ ЗАМОВЛЕННЯ
4. СИСТЕМА ПОСТАЧАНЬ «ТОЧНО У ТЕРМІН» В ЗАКУПВЕЛЬНІЙ ЛОГІСТИЦІ

Практичне заняття №3

ТЕМА: ВИРОБНИЧА ЛОГІСТИКА

Мета: Ознайомитися із основними підходами до управління матеріальними потоками у виробничій логістиці

Питання для обговорення:

1. ПОНЯТТЯ ВИРОБНИЧОЇ ЛОГІСТИКИ
2. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ У ВИРОБНИЧІЙ ЛОГІСТИЦІ
3. ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ «MRP»
4. МІКРОЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА KANBAN
5. МІКРОЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ «ХУДЕ ВИРОБНИЦТВО»

ТЕМА: РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА

Мета: Навчитися здійснювати моделювання системи розподілу і каналів у логістиці.

Питання для обговорення:

1. СУТНІСТЬ РОЗПОДІЛЬЧОЇ ЛОГІСТИКИ
2. КАНАЛИ РОЗПОДІЛУ В ЛОГІСТИЦІ
3. ЛОГІСТИЧНІ ПОСЕРЕДНИКИ У КАНАЛАХ РОЗПОДІЛУ
4. РОЗПОДІЛЬЧІ ЦЕНТРИ У ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГАХ
5. ПОБУДОВА СИСТЕМИ РОЗПОДІЛУ

Практичне заняття №4

ТЕМА: ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА

Мета: Навчитись здійснювати вибір виду транспортного засобу і розраховувати тарифи.

Питання для обговорення:

1. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ
2. ВИБІР ВИДУ ТРАНСПОРТНОГО ЗАСОБУ
3. ТРАНСПОРТНІ ТАРИФИ

Практичне заняття №5

ТЕМА: ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА

Мета: Вивчити принципи раціональної організації логістичної інформації

Питання для обговорення:

1. ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТОКИ У ЛОГІСТИЦІ
2. ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ
3. ЛОГІСТИЧНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ

ТЕМА: ЛОГІСТИКА ЗАПАСІВ

Мета: Вивчити організаційні системи при управлінні матеріальними запасами.

Питання для обговорення:

1. МАТЕРІАЛЬНІ ЗАПАСИ, ПРИЧИНИ ЇХ СТВОРЕННЯ
2. ВИДИ МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ
3. СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ЗАПАСАМИ

Практичне заняття №6

ТЕМА: ЛОГІСТИКА СКЛАДУВАННЯ

Мета: Ознайомитися із процесами функціонування на складах у маркетинговій логістиці.

Питання для обговорення:

1. СКЛАДИ ТА ЇХ ФУНКЦІЇ
2. ЛОГІСТИЧНИЙ ПРОЦЕС НА СКЛАДІ

Практичне заняття №7

ТЕМА: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ВИДИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Мета: Вивчити параметри і основні характеристики логістичного обслуговування.

Питання для обговорення:

1. ЗНАЧЕННЯ І СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ
2. ФОРМУВАННЯ ПІДСИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ
3. ПАРАМЕТРИ І ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

ТЕМА: ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Мета: Ознайомитися із методикою розрахунку ефективності логістичної системи

Питання для обговорення:

1. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ, МЕТОДИКА ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ
2. УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

У процесі виконання КППЗ, разом із теоретичними знаннями і практичними навичками за фахом, студент повинен продемонструвати здібності до науково-дослідної роботи та вміння творчо мислити, навчатися вирішувати науково-прикладні актуальні завдання.

Теми КППЗ з дисципліни «Маркетингова логістика» є різними для всіх студентів, вони обираються за наведеною тематикою. Тема КППЗ може змінюватися або уточнюватися викладачем.

КППЗ виконується за допомогою засобів комп'ютерної техніки і подається на розгляд викладачеві у вигляді презентаційної роботи - слайдів, зроблених у середовищі Microsoft PowerPoint. КППЗ повинно мати такі розділи.

Титульний слайд повинний містити назву університету; назву кафедри; назву навчальної дисципліни; тему КППЗ; прізвище, ініціали студента; номер академічної групи; дату подання КППЗ викладачеві на перевірку (день, місяць, рік).

Змістовий слайд повинен відображати назви розділів, параграфів тощо, які розкривають тему ІНДЗ.

Слайд «Структурно-логічна схема комплексного практичного індивідуального завдання» розкриває сутність і стан наукового завдання та її значущість, підстави та вихідні дані для розробки теми КППЗ, схематично подається обґрунтування необхідності проведення дослідження.

Основна частина складається з двадцяти слайдів, які розкривають сутність проблеми, а саме:

- ❖ слайди повинні містити характеристику підприємства – бази дослідження, ґрунтуючись на теоретико-прикладних засадах маркетингової логістики (студент повинен визначати функціональні області підприємства та показати їх взаємодію);
- ❖ слайди повинні містити інформацію щодо аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства (студент повинен провести комплексний аналіз діяльності підприємства з виділенням відділу логістики та відокремленням межі логістичної системи);
- ❖ слайди повинні містити результати дослідження проблем функціонування логістичної системи та рекомендації з вирішення зазначених проблем (студент повинен представити алгоритм прийняття оптимальних логістичних рішень, здатних вплинути на розвиток логістичної системи із зазначенням системи конкретних показників).

Слайд «Висновки» містить перелік пропозицій та рекомендацій (практичні результати), одержаних у КППЗ, а також формулює висновки щодо практичного використання здобутих результатів.

Слайд «Список літератури» повинен містити використані літературні джерела. Джерела слід розміщувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків. Відомості про джерела, які включені до списку, необхідно подавати згідно з вимогами державного стандарту з обов'язковим наведенням праць.

Слайд «Додатки» може включати матеріали, які є копіями документів, звітів, розрахункові таблиці, узагальнюючі схеми або діаграми.

Тематика КПЗ

1. Маркетингова логістика, її поняття і суть.
2. Організація маркетингової логістики.
3. Логістична система та її види.
4. Потоки в логістичних системах.
5. Цілі та завдання логістичного управління закупівлями.
6. Поняття, призначення і види запасів.
7. Організація служби закупівель на підприємстві.
8. Поняття запасу та класифікація матеріальних запасів.
9. Основні системи управління запасами.
10. Методи нормування запасів.
11. Система мінімізації запасів на підприємстві.
12. Поняття логістичного сервісу та після продажного обслуговування.
13. Сутність та зміст послуг логістичної інфраструктури.
14. Концептуальна суть розподільчої логістики.
15. Канали розподілу товарів у маркетинговій логістиці.
16. Системи та форми збуту продукції.
17. Поняття і суть транспортної логістики.
18. Вибір транспортного засобу з урахуванням концепції логістики.
19. Основні критерії вибору перевізника.
20. Основні транспортні тарифи та правила їх визначення.
21. Основні функції складського господарства в логістичній системі.
22. Логістичний процес на складі.
23. Обробка інформації та основні показники складської діяльності.
24. Сутність та задачі виробничої логістики.
25. Традиційна та логістична концепції організації виробництва.
26. Інформаційний логістичний потік та його класифікація.
27. Інформаційні системи в логістиці.
28. Класифікація інформаційних систем та принципи їх побудови в логістиці.
29. Інформаційні технології в логістиці.
30. Логістичні витрати та шляхи їх скорочення.

7. Самостійна робота

Метою самостійної роботи студентів є формування в майбутніх магістрах з маркетингу системи знань та вмінь застосовувати кількісні методи і сучасні програмні продукти щодо оцінювання ефективності логістичних функцій та операцій.

Самостійна робота охоплює вивчення теоретичного матеріалу в позааудиторному режимі, самоконтроль знань та підготовку до тренінгів за пропонованою тематикою.

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	ЛОГІСТИКА ЯК НАУКА ПРО УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ	10
2	МАТЕРІАЛЬНІ ПОТОКИ ТА ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ	10
3	ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ І ЛАНЦЮГИ	12
4	ЗАКУПІВЕЛЬНА ЛОГІСТИКА	12
5	ВИРОБНИЧА ЛОГІСТИКА	12
6	РОЗПОДІЛЬЧА ЛОГІСТИКА	12
7	ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА	12
8	ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА	12
9	ЛОГІСТИКА ЗАПАСІВ	12
10	ЛОГІСТИКА СКЛАДУВАННЯ	12
11	ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ВИДИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ	12
12	ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ	10
Разом:		138

Запитання для самоконтролю знань з дисципліни

1. Маркетингова логістика, її поняття і суть.
2. Концепція, мета, функції та правила логістики.
4. Логістична система та її види.
5. Потоки в логістичних системах.
6. Облік логістичних витрат.
7. Мета та задачі логістичного управління закупівлями.
8. «Три рівні» діяльності служби закупівель.
9. Основні критерії оптимального вибору постачальника.
10. Організація служби закупівель на підприємстві.
11. Види та методи закупівель, оплата поставок.
12. Поняття запасу, класифікація матеріальних запасів.
13. Базові системи контролю стану запасів.
14. Методи нормування запасів.
15. Система мінімізації запасів на підприємстві.
16. Основні поняття якості та якості обслуговування споживача.
17. Основні поняття циклу обслуговування та обробки заказів споживача.
18. Поняття логістичного сервісу та його рівні.
19. Класифікація логістичного сервісу.

20. Визначення оптимального обсягу логістичного сервісу.
21. Сутність та зміст послуг логістичної інфраструктури.
22. Теоретичні основи розподілу в маркетингві логістиці.
23. Задачі розподільної логістики.
24. Розвиток інфраструктури товарних ринків.
25. Канали розподілу товарів.
26. Системи та форми збуту продукції.
27. Правила розподільчої логістики.
28. Сутність та задачі транспортної логістики.
29. Логістичний та традиційний підходи до організації транспортного процесу.
30. Вибір транспортного засобу з урахуванням логістики.
31. Основні критерії вибору перевізника.
32. Основні транспортні тарифи та правила їх визначення.
33. Визначення логістичних витрат на транспорт.
34. Вибір маршруту транспортування вантажу на основі логістичного підходу.
35. Транспортно-експедиційне забезпечення логістики.
36. Предмет та задачі виробничої логістики.
37. Традиційна та логістична концепції організації виробництва.
38. Види систем управління матеріальним потоком у виробничій логістиці.
39. Основні функції складського господарства в логістичній системі.
40. Класифікація складів у логістиці.
41. Обробка інформації на складі та основні показники складської діяльності.
42. Логістичний процес на складі.
43. Види складування, обладнання з обслуговування складу.
44. Інформаційний логістичний потік та його класифікація.
45. Інформаційні системи в логістиці.
46. Класифікація інформаційних систем.
47. Принципи побудови інформаційних систем в логістиці.
48. Інформаційні технології в логістиці.
49. Класифікація маркування та основні вимоги до її нанесення на упаковку.
50. Штрихове кодування вантажів.
51. Товарний знак і його результативність.

8. Тренінг з дисципліни

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою у студентській групі, ознайомленні з правилами проведення тренінгового заняття та умов підбиття підсумків.

3. Практична частина реалізується групою чи підгрупами студентів чисельністю 4-5 осіб шляхом виконання завдань чи вирішення проблемних питань тренінгового заняття.

4. Підведення підсумків відбувається шляхом обговорення результатів виконання тренінгового завдання групою чи підгрупами студентів, обміну думками з питань, винесених на тренінгове заняття.

Тематика тренінгу

1. *Тема тренінгу:* Визначення оптимального розміру замовлення, оптимальної партії поставок.
2. *Тема тренінгу:* Визначення потреби у складських площах.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Маркетингова логістика» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- командні проекти;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом
30%	40%	30%	100%
1. Усне опитування під час заняття (6 теми по 5 балів = 30 балів) 2. Письмова робота = 70 балів	1. Усне опитування під час заняття (6 тем по 5 балів = 30 балів) 2. Письмова робота = 70 балів	1. Написання та захист КПЗ = 80 балів 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів	100

Оцінювання студентів заочної форми навчання здійснюється на основі результатів письмового заліку, який включає три теоретичних питання та задачу.

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	задовільно	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

У процесі вивчення дисципліни студенти користуються обладнанням та інструментами лабораторії нейромаркетингу та реклами ЗУНУ, а саме: проектор, автономна акустика TS SL-1230, акустична система F@D, фотоворота студійні (3 кріплення і фотофони-2 шт), диктофон ZOOM H1, екран проєкційний ELITE SCREENS, калькулятор Сітізен, камера-екшн Insta360 Air, камера Logitech, комутатор мережевий D-Link 1005, монопод для камери, плакат-банер інформаційний, стабілізатор Zhiyus Smooth4, фліпчарт Axent, фотоапарат Canon, фотобокс з під світлою Visico, штатив Velbon, мікрофон петличний, набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона, навушники, EyeTracker, EEG, графічний планшет, маркери, папір.

Всі матеріали дисципліни завантажено на платформу дистанційного навчання MOODLE ЗУНУ, в т.ч. електронний варіант лекцій та методичні вказівки щодо виконання КПЗ (електронний варіант).

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 461 с.
2. Верескля М.Р. Логістичний менеджмент: навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.
3. Колесніков О. В. Ціноутворення: навч. посіб., 4-е видання. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 156 с
4. Корінев В.Л., Корецький М.Х., О.І. Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Центр учбової літератури, 2019. 200 с.
5. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сіпігін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.
6. Логістика : навчальний посібник / Безсмертна О.В., Мороз О.О., Білоконь Т.М., Шварц І.В. Вінниця : ВНТУ, 2018. 161 с.
7. Логістика: навч.посіб. / Безугла Л.С., Юрченко Н.І., Ільченко Т.В., Пальчик І.М., Воловик Д.В. Дніпро : Пороги, 2021. 252 с.
8. Окландер М. А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Одес. нац. політехн. ун-т. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 283 с.
9. Петруня В. Ю., Петруня Ю.Є. Управління маркетинговою діяльністю. Практикум: навч. посіб. Ун-т мит. справи та фінансів. Дніпро : Ун-т мит. справи та фінансів, 2021. 104 с.
10. Рудківський О. А, Гонгало Ю. В. Проблеми та шляхи розвитку логістичної системи підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 30. С. 218-224.
11. Borysova T. Global competition and competitiveness of goods and services. *Erbe der europäischen wissenschaft: wirtschaft, management, tourismus, rechtsprechung. Monografische Reihe «Europäische Wissenschaft».* Buch 2. Teil 5. 2020. P. 123-129.
12. Borysova, T., Monastyrskyi, G., Borysiak, O., & Protsyshyn, Yu. (2021). Priorities of Marketing, Competitiveness, and Innovative Development of Transport Service

Providers under Sustainable Urban Development. Marketing and Management of Innovations, 3, P. 78-89. <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.3-07>

13. Borysiak O., Brych V., Brych B. Digital marketing components of providing information about energy service companies in the conditions of green energy development. New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges : collective monograph [scientific edited by M. Bezpartochnyi] VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia : VUZF Publishing House «St. Grigorii Bogoslov», 2020. Vol. 2. P. 231-240.
14. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskyi G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2020. №4 (35). 507-513 P. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222527>
15. Borysova, T., Monastyrskyi G., Khrupovych S., Chaikivska V. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2022. P.306-315. URL: <https://doi.org/10.55643/FCAPTP.2.43.2022.3614>
<https://publons.com/p/52935278/>