



Силабус курсу Маркетингова логістика

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Дні занять:
Консультації: понеділок, 14.00, ауд. 3108

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПП

к.е.н., доц. **Окрепкий Ростислав Богданович**

Контактна інформація rostik6@ukr.net, +380677421640

Опис дисципліни

Дисципліна “Маркетингова логістика” спрямована на отримання теоретичних знань і формування професійних навичок з ефективного управління системами логістичного забезпечення бізнесу, з керування матеріальними та супутніми потоками (фінансовими, інформаційними та сервісними) підприємств різних сфер та галузей на основі сучасних логістичних концепцій.

Структура курсу

Години (лек./сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Логістика як наука про управління матеріальними потоками	Знати основні наукові течії логістики та етапи її розвитку	Тести, кейси
2 / 2	2. Матеріальні потоки та логістичні операції	Знати основні види матеріальних потоків у логістиці та їх характеристики	Кейси, тести
2 / 2	3. Логістичні системи і ланцюги	Ознайомитися із сутністю і видами логістичних ланцюгів	Тести, кейси
2 / 2	4. Закупівельна логістика	Розуміти сутність і завдання закупівельної логістики, вміти вибирати постачальника, володіти методикою визначення економічного розміру замовлення	Задачі, кейси, тести

4 / 2	5. Виробнича логістика	Розуміти сутність і завдання виробничої логістики, орієнтуватись у підходах до управління матеріальними потоками (логістична концепція «mtp» та мікрологістична система kanban)	Задачі, тести, кейси
2 / 2	6. Розподільча логістика	Вміти моделювати системи розподілу і каналів у логістиці	Задачі, тести, кейси
2 / 2	7. Транспортна логістика	Вміти здійснювати вибір виду транспортного засобу і розраховувати тарифи	Задачі, тести, кейси
2 / 2	8. Інформаційна логістика	Володіти принципами раціональної організації логістичної інформації	Тести, кейси
2 / 2	9. Логістика запасів	Знати види матеріальних запасів та організаційні системи управління ними	Тести, кейси
2 / 2	10. Логістика складування	Розуміти логістичні процеси на складах	Тести, кейси
4 / 2	11. Організація та види логістичних послуг	Знати параметри і основні характеристики логістичного обслуговування, вміти формувати підсистеми логістичного сервісу	Тести, кейси
2 / 2	12. Ефективність логістичної системи	Володіти методикою розрахунку ефективності логістичної системи, вміти управляти логістичними витратами	Задачі, тести, кейси

Літературні джерела

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., Monastyrskiy, 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., Monastyrskiy 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., Monastyrskiy G., Khrypovych 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/>

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються 15 балів. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

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 тем 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 КПІЗ = 80 балів 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів	100

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом