

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету економіки
та управління **ОЦУР**
" 4 " _____ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Інституту
досліджень та інновацій
" 4 " _____ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-
педагогічної роботи



Віктор ОСТРОВЕРХОВ
_____ 2024 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	Екзамен
Денна	1	2	32	14	5	6	93	150	2
Заочна	1	2	8	4	-	-	138	150	

Тернопіль – 2024

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

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу,
протокол № 3 від 3 жовтня 2024 р.

Завідувач кафедри



Тетяна БОРИСОВА

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 075 Маркетинг,
протокол № 3 від 3 жовтня 2024 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 – 32</i> <i>Заочна – 8</i> Практичні заняття: <i>Денна – 14</i> <i>Заочна – 4</i>
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: <i>Денна – 93</i> <i>Заочна – 138</i> Індивідуальна робота : <i>Денна – 5</i> <i>Заочна – 0</i> Тренінг: <i>Денна – 6 год.</i> <i>Заочна – 0 год.</i>
Тижневих годин – , з них аудиторних –		Вид підсумкового контролю – екзамен

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 в умовах війни

- 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 «mtp»
- 5.4. Мікрологістична система kanban
- 5.5. Мікрологістична концепція «худе виробництво»

Тема 6. Розподільча логістика

- 6.1. Сутність розподільчої 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 в умовах війни

- 12.1. Ефективність логістичної системи, методика її оцінювання
- 12.2. Управління логістичними витратами

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Маркетингова логістика»
(денна форма навчання)**

Тема	Кількість годин					Контрольні заходи
	Лекції	Практ. заняття	Самост. робота	Індивід. робота	Тренінг	
Змістовий модуль 1. Логістика – інструмент ринкової економіки						
Тема 1. Логістика як наука про управління матеріальними потоками	2	1	8	3	3	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
Тема 2. Матеріальні потоки та логістичні операції	2	1	8			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
Тема 3. Логістичні системи і ланцюги	2	1	8			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
Тема 4. Закупівельна логістика в умовах війни	2	1	8			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі</i>
Тема 5. Виробнича логістика	4	2	8			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
Тема 6. Розподільча логістика	2	1	8			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
Змістовий модуль 2. Економіка маркетингової логістики						
Тема 7. Транспортна логістика	4	2	8	2	3	<i>Опитування, тести, кейси, задачі</i>
Тема 8. Інформаційна логістика	2	1	8			<i>Опитування, тести, кейси, задачі</i>
Тема 9. Логістика запасів	2	1	8			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
Тема 10. Логістика складування	2	1	7			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
Тема 11. Організація та види логістичних послуг	4	1	7			<i>Опитування, тести, кейси</i>
Тема 12. Ефективність логістичної системи в умовах війни	4	1	7			<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
РАЗОМ	32	14	93	5	6	

(заочна форма навчання)

Тема	Кількість годин			
	Лекції	Практ. заняття	Самост. робота	Індивід. робота
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 в умовах війни			12	
Тема 5. Виробнича логістика			12	
Тема 6. Розподільча логістика			12	
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 в умовах війни			10	
РАЗОМ	8	4	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: Закупівельна логістика в умовах війни

Мета: вивчити методи розрахунку розміру економічного замовлення

Питання для обговорення:

1. Сутність і завдання закупівельної логістики
2. Вибір постачальника
3. Визначення економічного розміру замовлення
4. Система постачань «точно у термін» в закупівельній 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 «mrg»
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 в умовах війни

Мета: ознайомитися із методикою розрахунку ефективності логістичної системи

Питання для обговорення:

1. Ефективність логістичної системи, методика її оцінювання
2. Управління логістичними витратами

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

Для успішного вивчення і засвоєння дисципліни студенти повинні володіти значним обсягом інформації, частину якої вони отримують і опрацьовують шляхом самостійної роботи. Поєднання аудиторних занять із самостійною роботою посилить якість підготовки майбутніх фахівців, забезпечить системність знань та вмінь при обґрунтуванні маркетингових рішень.

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

Тематика самостійної роботи

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.

Результати подаються на розгляд викладачеві у вигляді презентаційної роботи - слайдів, зроблених у середовищі Microsoft PowerPoint.

7. 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.

8. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.

У процесі вивчення дисципліни використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне опитування;
- модульний контроль 1;
- проходження самостійної роботи;
- презентації результатів виконаного завдання на тренінгу
- екзамен.

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:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3	Модуль 4
10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-7 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Модульний контроль 1 Тестування в системі Moodle 25 тестів по 4 бали	Тренінги Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу.	Самостійна робота Оцінюється за результатом перевірки та обов'язкового захисту виконаного завдання по 100 бальній шкалі	Екзамен 1) Тестові завдання. 10 тестів по 3 бали, до 30 балів 2) Задача, до 30 балів 3) Виконання кейсового ситуаційного завдання, до 40 балів

Оцінювання студентів заочної форми навчання здійснюється на основі результатів екзамену на платформі дистанційного навчання MOODLE ЗУНУ, 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

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійний проектор. Екран проекційний.	1-12
2	Комунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Google Chrome, Firefox)	1-12
3	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office	1-12
4	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	1-12
5	Система дистанційного навчання ЗУНУ Moodle	1-12
6	Google Forms, Google Sheets	1-12

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 проекційний 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.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: ЦУЛ, 2020. 461 с.
2. Верескля М.Р. Логістичний менеджмент: навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.
3. Корінев В.Л., Корецький М.Х., О.І. Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Центр учбової літератури, 2022. 200 с.
4. 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.
5. Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. / Олег Кузик. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 337 с.
6. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.
7. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>
8. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2021. 457 с.
9. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова [та ін.] ; під заг. ред. Н. В. Попової ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Харків. торг.-екон. ін-т. - Харків : Факт, 2020. 314 с.
10. Окландер М. А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Одес. нац. політехн. ун-т. Київ : Центр учбової літератури, 2022. 283 с.
11. 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.
12. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / пер. з англ. Олександра Асташова. Київ : Наш формат, 2022. 150 с.
13. Хрупович С.Є., Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. №1. С. 17-26. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>.
14. 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>
15. 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>
16. 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/>