

Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»
Кафедра бізнес - адміністрування, маркетингу та менеджменту



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету історії та міжнародних відносин

/ Андрейко В.І./

« 30 » 06 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингова логістика

| | |
|---------------------|----------------------------------|
| Рівень вищої освіти | перший (бакалаврський) |
| Галузь знань | 07 Управління та адміністрування |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Освітня програма | Маркетинг |
| Статус дисципліни | Професійна підготовка |
| Мова навчання | Українська |

Ужгород – 2024 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингова логістика» розроблена для здобувачів вищої освіти галузі знань **07 Управління та адміністрування** спеціальності **075 Маркетинг** освітньої програми **Маркетинг**.

Розробник:

Зарічна Олена Володимирівна – д.с.н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту


Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

протокол № 13 від « 28 » червня 2024 р.

Завідувач кафедри  Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин

протокол № 7 від « 28 » червня 2024 р.

Голова науково-методичної комісії  Мишко С.А.

© О.В.Зарічна, 2024 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2024 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Найменування показників | Розподіл годин за навчальним планом | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------|
| | Денна форма навчання 075-Маркетинг | Заочна форма навчання 075-Маркетинг |
| | Кількість кредитів ЄКТС – 3,5 | Рік підготовки: |
| Загальна кількість годин – 105 | 3-ий | 3-ий |
| Кількість модулів – 2 Кількість змістовних модулів - 2 | Семестр: | |
| Тижневих годин для денної форми навчання: 3 аудиторних – 50 годин самостійної роботи студента – 55 години | 5-ий | 5-ий |
| | Лекції: | |
| | 26 | 10 |
| | Практичні (семінарські): | |
| | 24 | 4 |
| Вид підсумкового контролю: екзамен | Лабораторні: | |
| | - | - |
| Форма підсумкового контролю: усне та письмове опитування, онлайн тестування | Самостійна робота: | |
| | 55 | 91 |

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингова логістика» є формування у майбутніх фахівців системних знань і розуміння концептуальних основ логістики, теорії й практики розвитку цього напрямку з огляду на покращення маркетингової діяльності підприємств та організацій, набуття навичок самостійної роботи щодо засвоєння навчального матеріалу стосовно сучасних методів маркетингового управління матеріальними та іншими потоками в сучасних умовах.

Відповідно до освітніх програм, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких:

загальних компетенцій: ЗК3 - здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу; ЗК4 - здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями; ЗК5 - визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків; ЗК6 - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; ЗК7 - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; ЗК8 - здатність до проведення досліджень на відповідному рівні; ЗК12 - здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

спеціальних компетентностей як: СК1 – здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу; СК2 – здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу; СК3 - здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі; СК4 - здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; СК5 - здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; СК 7 - Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; СК 8 - здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; СК 11 - здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків; СК 13 - здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі; СК 14 - здатність пропонування вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Маркетингова логістика» є опанування таких навчальних дисциплін (НД)

– **освітньої програми (ОП) «Маркетинг»:**

| | |
|-----------------|---------------------------------------------|
| Шифр 1.3 за ОП | Основи економіки та підприємництва |
| Шифр 1.11 за ОП | Теорія ймовірності й математична статистика |
| Шифр 1.15 за ОП | Маркетинг |
| Шифр 1.18 за ОП | Економічний аналіз |
| Шифр 1.23 за ОП | Компютеризація економічних розрахунків |

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Маркетинг», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

- ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;

- ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;
- ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;
- ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцями і нефахівцями у сфері маркетингу, працівниками різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
- ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;
- ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;
- ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Маркетингова логістика»:

- вміти представляти отримані знання з теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- використовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- вміти аналізувати маркетингових систем різного рівня та визначати їх вплив поведінку суб'єктів ринку;
- на основі визначення функціональних сфер маркетингової діяльності формувати системну їх взаємодію щодо ефективного маркетингового управління, та завдяки оцінним показникам визначати результативність такої діяльності;
- вміти інтерпретувати отримані знання, ідеї, набуту інформацію для прийняття маркетингових рішень у комплексній співпраці з спеціалістами інших напрямів;
- вміти презентувати ідеї використовуючи міждисциплінарну техніку поєднання функціональних спрямувань щодо вирішення маркетингових завдань у сфері логістики;
- вміти виконувати покладені зобов'язання працюючи як у команді, так і виконанні індивідуальних завдань пропонуючи при цьому ефективні їх обґрунтування;
- вміти та виявляти постійно бажання до самовдосконалення, підвищення своєї професійної майстерності та набутті інноваційно-інтелектуальних здібностей щодо прийняття ефективних маркетингових рішень у сфері логістики.

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- Застосування стандартних методів навчання:
 - лекції (інформаційні, аналітичні, проблемні, із застосуванням ігрових методів), в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення та інших ТЗН;
 - семінарські заняття;
 - індивідуальні завдання;
 - самостійна робота студентів;
 - диспути, дискусії та інші форми навчання (стандартизовані тести, аналітичні звіти та доповіді, презентації та виступи на наукових заходах).

- Застосування інтерактивних методів навчання:
 - інтерактивні стратегії навчання для заохочення мовлення: виступ, мозковий штурм, обговорення;
 - індивідуальна участь: case-study навчання, підсумкове письмове завдання, робота над помилками, опитування, метод «запитай в того, хто знає»;
 - колективна участь: обмін партнерами, метод «викладач-студент», дебати, оптиміст/песиміст, експертна оцінка;
 - діяльність в групах: ротація, перегляд і аналіз фільмів;

Особливості використання засобів діагностики та контролю за умов дистанційного навчання

В умовах використання формату онлайн-навчання (дистанційного навчання) із застосуванням корпоративної мережі Google Meet названі засоби, методи і форми визначаються за домовленістю зі студентським колективом і, в залежності від зручного виду взаємодії, застосовуються з допомогою існуючих функцій групових чатів та відео-конференцій. Для ефективного засвоєння тематики є можливість демонстрації необхідних матеріалів на робочому столі комп'ютерного технічного засобу під час занять і семінарів. Зокрема, у разі потреби, під час онлайн-заняття можна надати доступ до свого екрану, щоб показати презентації або іншу тематичну інформацію на робочому столі. Планування лекційних і семінарських занять, модульних контрольних робіт, звітування за індивідуальну та іншу передбачену програмою роботу зі студентами, а також підсумкова перевірка знань у формі іспиту здійснюється заздалегідь за допомогою прив'язки до гугл-календаря. Синхронізація запланованих заходів виконується автоматично на всіх зручних для їх проведення пристроях.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Формами контролю результатів знань здобувачів вищої освіти є рубіжний (модульний) контроль, який складається із поточного контролю і модульного контрольного оцінювання, а також підсумковий (семестровий) контроль.

У відповідності до навчального плану, на вивчення дисципліни «Маркетингова логістика» відведено 3,5 кредити, що передбачає проведення 2 модульних контролів.

Кожен модульний контроль складається з поточного контролю (ПК) та модульного контрольного оцінювання (МКО).

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять (включає, в тому числі, перевірку якості підготовки завдань, які винесені на самостійне вивчення та виконання) і має на меті перевірку рівня підготовленості студента. Формами проведення поточного контролю з дисципліни є: виступи на семінарських заняттях; експрес опитування; поточне тестування; розв'язок ситуаційних задач; підготовка рефератів; підготовка презентації за темою; складання глосарію за темою; конспект на тему; анотація додатково вивченої літератури; підсумкове контрольне опитування за кожною темою.

Модульне контрольне оцінювання – процедура визначення рівня засвоєння студентом навчального матеріалу відповідної дисципліни. МКО з дисципліни «Маркетингова логістика» проводиться у письмовій (в разі дистанційного навчання – онлайн опитування) формі шляхом виконання контрольних робіт. Форма контрольних робіт: тести і завдання.

До модульного контрольного оцінювання допускаються всі студенти.

Виконання контрольної роботи здійснюється студентом індивідуально. Студент може звернутися до викладача за поясненням змісту контрольного завдання.

Під час проведення модульної контрольної роботи дозволяється користуватися довідковими матеріалами, які визначені кафедрою. Студентам забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією та користуватися недозволеними матеріалами.

При порушенні студентом установлених правил проходження модульного контрольного оцінювання, викладач відсторонює його від виконання роботи, робить на ній відповідний запис і оцінює нулем балів. Результати контрольного заходу студента, який не з'явився на нього, також оцінюються нулем балів.

Результати перевірки письмових контрольних робіт доводяться до відома студентів не пізніше, ніж через три робочі дні після їх виконання. Студент, який не погоджується з оцінкою, має право звернутися до викладача і отримати ґрунтовне пояснення. У випадку незгоди з рішенням викладача, студент має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри не пізніше, ніж на наступний робочий день після оголошення результатів. Викладач і завідувач кафедри у присутності декана факультету та студента протягом трьох днів повинні розглянути апеляцію і прийняти остаточне рішення. У результаті апеляції оцінка студента не може бути знижена.

Змістові модульні контролю оцінюються максимально в 100 балів: 50 балів за поточну успішність, 50 балів за результат виконання модульної контрольної роботи. На виконання письмового компонента модульного контролю відводяться дві академічні години.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (змістовий модуль 1)

| Поточне оцінювання та самостійна робота | | | | | | | Модульна контрольна робота | Сума |
|-----------------------------------------|----|----|----|----|----|----------|----------------------------|------|
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | Інд.завд | 50 | 100 |
| 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 14 | | |

T1, T2 ... – теми

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (змістовий модуль 2)

| Поточне оцінювання та самостійна робота | | | | | | | Модульна контрольна робота | Сума |
|-----------------------------------------|----|----|-----|-----|------|----------|----------------------------|------|
| T7 | T8 | T9 | T10 | T11 | T 12 | Інд.завд | 50 | 100 |
| 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 14 | | |

T1, T2 ... – теми

Студент, який із поважної причини не з'явився на модульний контроль, за дозволом декана може скласти його у визначений деканатом термін.

Студент, який за результатами модульного контролю отримав оцінку «F» (0-34 бали), повинен перескласти цей модуль до проведення підсумкового (семестрового) контролю, згідно із затвердженим деканатом графіком або під час чергування викладачів на кафедрі. Без такого покращання він до підсумкового контролю не допускається.

Рейтингова оцінка з навчальної дисципліни визначається як середня арифметична сума балів, отриманих у результаті змістових модульних контролів, та виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, зазначеному в таблиці нижче.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання. Завданням підсумкового контролю є перевірка глибини засвоєння студентом програмного матеріалу дисципліни, логіки та взаємозв'язків між окремими її розділами, здатність творчого використання набутих знань, умінь сформулювати своє ставлення до певної проблеми, що впливає зі змісту дисципліни тощо. Підсумковий контроль з дисципліни «Маркетингова логістика» проводиться у формі екзамену (усне та письмове опитування, при дистанційному навчанні – онлайн-опитування, тестування).

До підсумкового контролю (екзамену) з навчальної дисципліни не допускаються студенти, які не виконали умов договору про навчання та усіх видів обов'язкових робіт (лабораторних, практичних, розрахунково-графічних та розрахункових робіт, рефератів тощо), передбачених робочою програмою, а також за результатами модульного контролю набрали менше 35 балів.

Якщо рейтингова оцінка за модульним контролем становить не менше 60 балів, то за згодою студента вона може бути зарахована як підсумкова семестрова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає залік.

Студенти, які під час підсумкового контролю отримали оцінку «незадовільно», мають право на два перескладання: перший раз – викладачу, другий раз (у разі незадовільної оцінки при першому перескладанні) – комісії. Комісія створюється завідувачем кафедри. До складу комісії обов'язково входять лектор та завідувач кафедри. Залікова оцінка, виставлена комісією, є остаточною.

При порушенні студентом дисципліни під час проведення підсумкового контролю екзаменатор відсторонює його від складання екзамену та виставляє йому оцінку «незадовільно».

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, зазначеному в таблиці нижче.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС

| % від максимальної суми балів за всі форми навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою | |
|------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| | | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | A | відмінно | зараховано |
| 82-89 | B | добре | |
| 74-81 | C | | |
| 64-73 | D | задовільно | |
| 60-63 | E | | |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

Критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка знань, умінь і практичних навичок студента з навчальної дисципліни «Маркетингова логістика» здійснюється за кредитно-модульною системою.

Модульне оцінювання включає оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни (див. таблицю).

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

| Вид діяльності здобувача вищої освіти | ЗМ 1 | | ЗМ 2 | |
|---------------------------------------|-----------|---------------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| | Кількість | Максимальна кількість балів (сумарна) | Кількість | Максимальна кількість балів (сумарна) |
| Семінарські заняття | 6 | 36 | 6 | 36 |
| Індивідуальне завдання | 1 | 14 | 1 | 14 |
| Модульна контрольна робота | 1 | 50 | 1 | 50 |
| Разом | | 100 | | 100 |

Поточне оцінювання включає в себе перевірку рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи на занятті (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем опитувань студентів і контрольних робіт) та індивідуальної роботи студента (практичний компонент – реферат, есе, складання термінологічного словника тощо). Теоретична компонента оцінюється в **36 балів**, а практична – **14**.

Оцінювання активності під час аудиторних занять здійснюється у межах **36 балів** у кожному змістовому модулі:

- **30-36 балів** - відвідано не менше 90% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;

- **20-29 балів** – відвідано не менше 75% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;

- **10-19 балів** – відвідано не менше 65% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре»,

- **1-9 балів** – відвідано не менше 50% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре».

Оцінка за будь-який вид індивідуальної роботи (підготовка рефератів, есе, доповідей, поглиблене опрацювання першоджерел і наукових статей, виконання індивідуальних контрольних, практичних і ситуаційних завдань), встановлюється в межах **14 балів** та включає в себе наступні складові: 1) актуальна тематика обраної теми, 2) впевнений захист, 3) виконання згідно встановлених вимог.

Контрольна робота за кожним змістовим модулем включає в себе виконання завдань репродуктивного (відтворення вивченого) характеру у формі тестів та реконструктивного (застосування знань і вмінь у змінених ситуаціях) характеру у формі відповіді на запитання або розв'язок ситуаційного завдання.

Виконання модульної контрольної роботи оцінюється в діапазоні від 0 до 50 балів. При цьому виконання різних типів завдань оцінюється так:

- виконання репродуктивного завдання – від 0 до 30 балів;
- виконання кожного реконструктивного завдання – від 0 до 10 балів.

Контрольні роботи за обома змістовими модулями з дисципліни «Маркетингова логістика» містять по 30 тестових завдань, 2 питання та практичне завдання.

За кожен правильну відповідь на 1 тестове завдання виставляється 1 бал, за неправильну відповідь – 0 балів.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність відповідей на запитання, кожне з яких оцінюється у 5 балів (див. таблицю), практичне – 10 балів.

Критерії оцінювання виконання реконструктивних завдань студентами

| Оцінка | Критерій |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 балів | Студент дає правильну вичерпну відповідь на поставлене запитання, при цьому показує високі знання понятійного апарату і літературних джерел, вміє аргументувати свої думки та ставлення до відповідної категорії; практичне завдання розв'язане повністю. |
| 8 балів | Студент в цілому відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, показав недостатні знання літературних джерел. Практичне завдання розв'язане але з незначними помилками |
| 4 бали | Студент дає правильну відповідь на запитання, але показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел. Практичне завдання не розв'язане |
| 0 балів | Студент дає неправильну відповідь на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел, практичне завдання не розв'язане. |

Неявка на модульну контрольну роботу – 0 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий контроль (екзамен) з дисципліни «Маркетингова логістика» включає 60 тестових завдань та 2 питання з курсу дисципліни та 1 практичного завдання.

Правильні відповіді на тестові завдання оцінюються в 1 бали, неправильні – 0 балів.

Повна відповідь на питання оцінюється в 10 балів.

Вірно виконане практичне завдання оцінюється в 20 балів.

Загальні критерії підсумкового оцінювання приведені в таблиці.

| Оцінка | Критерій |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A | здобувачі вищої освіти повністю оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, можуть дати відповіді на всі питання курсу, опанували рекомендовану літературу, на 100% вірно надані відповіді на тестові завдання, вірно розв'язане практичне |
| B | здобувачі вищої освіти оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустили неточності, 90% вірно надані відповіді на тестові завдання, вірно розв'язане практичне |
| C | здобувачі вищої освіти в основному оволоділи програмою навчальної дисципліни на продуктивному рівні, проте у відповідях допускають несуттєві помилки, 80% надані відповіді на тестові завдання, розв'язане практичне на 70% |
| D | здобувачі вищої освіти показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки, на 65% вірно надані відповіді на тестові завдання, практичне завдання виконане на 60% з помилками |
| E | здобувачі вищої освіти виявили мінімально достатній рівень знань з дисципліни, необхідний для продовження навчання, вивчили основні терміни курсу та орієнтуються в матеріалі базового підручника на 60% вірно надані відповіді на тестові завдання, практичне завдання виконане з помилками |
| FX | здобувачі вищої освіти не виявили достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, вивчили не всі основні терміни курсу та слабо орієнтуються в матеріалі базового підручника (оцінка передбачає виконання додаткових індивідуальних завдань для підвищення рівня знань та повторне складання підсумкового контролю) на 50% вірно надані відповіді на тестові завдання, практичне завдання не виконане |
| F | здобувачі вищої освіти не виявили мінімально достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, не вивчили основних термінів курсу та не орієнтуються в матеріалі базового підручника (оцінка передбачає проходження повторного курсу навчальної дисципліни зі складанням підсумкового контролю) на 20% вірно надані відповіді на тестові завдання, практичне завдання не виконане |

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Концептуальні засади маркетингової логістики

Тема 1. Логістика в ринковій економіці

Поняття і сутність логістики. Мета, завдання та функції логістики. Етапи та рівні розвитку логістики. Види логістики. Сучасна концепція логістики

Тема 2. Маркетингова логістика як частина логістичної системи

Взаємозв'язок маркетингу та логістики в сучасних умовах. Поняття і сутність маркетингової логістики. Мета, завдання та функції маркетингової логістики. Зовнішні і внутрішні фактори впливу на розвиток маркетингової логістики на підприємстві. Особливості маркетингового забезпечення логістики.

Тема 3. Класифікація маркетингових форм логістичних увотрень

Логістичні ланцюги. Види логістичних ланцюгів розподілу. Маркетингові канали розподілу. Основні інструменти управління маркетинговою логістикою. Співробітництво, конфлікти та конкуренція в маркетингових логістичних каналах.

Тема 4. Характеристика основних елементів логістики

Перелік та характеристика основних елементів логістики. Методологічне забезпечення ефективної взаємодії елементів логістики. Інформаційне забезпечення ефективної взаємодії елементів логістики

Тема 5. Технологічні процеси й управління матеріальними потоками в маркетинговій логістиці

Логістика технологічних процесів. Поняття матеріального потоку, його параметри та характеристики. Класифікація матеріальних потоків. Поняття про управління матеріальними потоками.

Тема 6. Фактори формування маркетингових логістичних систем

Логістична система: поняття, мета, основні завдання та функції. Фактори формування логістичних систем. Види логістичних систем.

Тема 7. Управління матеріальними потоками в маркетингових логістичних системах

Поняття про управління матеріальними потоками в логістичних системах. Управління матеріально-технічним забезпеченням у логістичних системах. Управління запасами в логістичних системах.

Змістовий модуль 2. Маркетинг в функціональних частинах логістичного процесу

Тема 8. Заготівельна і внутрішньовиробнича логістика

Сутність, завдання, функції та організація заготівельної логістики. Вибір постачальника. Оцінка ефективності закупівельних операцій. Стисла характеристика систем MRP. Мета, функціональні сфери та основні завдання внутрішньовиробничої логістики. Логістичні внутрішньовиробничі системи.

Тема 9. Маркетингова логістика складування та транспортна логістика

Склади, їх поняття та їх функції. Класифікація складів. Складові логістичного процесу на складі. Управління запасами. Роль тари та пакування в зменшенні логістичних витрат. Розрахунок інтенсивності вантажопотоків та обсягів вантажопереробки на складі. Оптимізація потоків та складі. Сутність, завдання транспортної логістики. Види транспорту. Транспортні тарифи та їх вплив на загальні логістичні витрати. Вибір оптимального способу транспортування. Вибір оптимального перевізника. Вибір логістичних посередників. Оцінка надійності способу доставки. Сучасні телекомунікаційні системи супроводження вантажних перевезень. Управління доставкою в режимі реального часу. Ризики та організація страхування вантажів. Основні показники роботи транспортної логістики

Тема 10. Розподільча маркетинг - логістика та логістика посередництва

Економічний зміст та методи розподільчої логістики. Логістичні системи розподільчої логістики. Поняття про системи DRP. Логістика і маркетинг. Логістичні канали та логістичні ланцюжки. Внутрішня структура та принципи функціонування каналів розподілу. Розробка структури каналу розподілу. Вибір каналів розподілу. Логістичні посередники в дистрибуції, їх класифікація та функції. Основи та організація посередницької логістики.

Тема 11. Транспортно-експедиційні логістичні послуги та маркетинг

Загальна характеристика транспортно-експедиційних послуг. Організація роботи транспортно-експедиційної компанії. Організація перевезень вантажів залізничним транспортом. Організація перевезень вантажів автомобільним транспортом. Доставка продукції як одна з основних транспортно-експедиційних послуг у логістиці.

Тема 12. Глобалізація процесів логістики та міжнародна маркетингова логістика

Глобалізація процесів логістики. Перспективні напрямки розвитку в логістиці. Завдання логістики на світовому ринку. Сутність міжнародної маркетингової логістики. Форми маркетингових логістичних утворень за кордоном.

6.2. Структура навчальної дисципліни Денна форма навчання

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------|----------------------|-------------------|-----------|
| | Форма навчання: денна | | | | | |
| | Усього | у тому числі | | | | |
| лекції | | практичні (семінарські) | лабораторні | індивідуальна робота | самостійна робота | |
| 3 курс, 1-й семестр | | | | | | |
| Модуль 1 | | | | | | |
| Змістовний модуль 1 | | | | | | |
| Тема 1. Логістика в ринковій економіці | 7 | 2 | 1 | | | 4 |
| Тема 2. Маркетингова логістика як частина логістичної системи | 7 | 2 | 1 | - | | 4 |
| Тема 3. Класифікація маркетингових форм логістичних утворень | 8 | 2 | 2 | - | | 4 |
| Тема 4. Характеристика основних елементів логістики | 8 | 2 | 2 | - | | 4 |
| Тема 5. Технологічні процеси й управління матеріальними потоками в логістиці | 8 | 2 | 2 | | | 4 |
| Тема 6. Фактори формування маркетингових логістичних систем | 8 | 2 | 2 | - | | 4 |
| Модульна контрольна робота | 2 | | 2 | | | |
| Разом за змістовний модуль 1 | 48 | 12 | 12 | - | | 24 |
| Змістовний модуль 2 | | | | | | |
| Тема 7. Управління матеріальними потоками в маркетингових логістичних системах | 12 | 4 | 2 | | | 6 |
| Тема 8. Заготівельна і внутрішньовиробнича логістика | 9 | 2 | 2 | | | 5 |
| Тема 9. Логістика складування та транспортна логістика | 9 | 2 | 2 | | | 5 |
| Тема 10. Розподільча маркетинг - логістика та логістика посередництва | 9 | 2 | 2 | | | 5 |
| Тема 11. Транспортно-експедиційні логістичні послуги та маркетинг | 8 | 2 | 1 | | | 5 |
| Тема 12. Глобалізація процесів логістики та міжнародна маркетингова логістика | 8 | 2 | 1 | | | 5 |
| Модульна контрольна робота | 2 | | 2 | | | |
| Разом за змістовний модуль 2 | 57 | 14 | 12 | | | 31 |
| Разом за семестр | 105 | 26 | 24 | | | 55 |

Заочна форма навчання Маркетинг

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | |
|-------------------------------|------------------------|---|
| | Форма навчання: заочна | |
| | у тому числі | |
| | С | Р |

| | | лекції | практичні (семінарські) | лабораторні | індивідуальна робота | самостійна робота |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|----------------------------|-------------|-------------------------|----------------------|
| 3 курс, 1-й семестр | | | | | | |
| Модуль 1 | | | | | | |
| Змістовний модуль 1 | | | | | | |
| Тема 1. Логістика в ринковій економіці | 29 | 2 | 1 | | | 6 |
| Тема 2. Маркетингова логістика як частина логістичної системи | | | | - | | 6 |
| Тема 3. Класифікація маркетингових форм логістичних увотрень | | | | - | | 7 |
| Тема 4. Характеристика основних елементів логістики | | | | | | 7 |
| Тема 5. Технологічні процеси й управління матеріальними потоками в логістиці | 17 | 2 | 1 | - | | 7 |
| Тема 6. Фактори формування маркетингових логістичних систем | | | | | | 7 |
| Разом за змістовний модуль 1 | 46 | 4 | 2 | - | | 40 |
| Змістовний модуль 2 | | | | | | |
| Тема 7. Управління матеріальними потоками в маркетингових логістичних системах | 30 | 2 | 1 | | | 9 |
| Тема 8. Заготівельна і внутрішньовиробнича логістика | | | | | | 9 |
| Тема 9. Маркетингова логістика складування та транспортна логістика | | | | | | 9 |
| Тема 10. Розподільча маркетинг - логістика та логістика посередництва | 29 | 2 | 1 | | | 8 |
| Тема 11. Транспортно-експедиційні логістичні послуги та маркетинг | | 1 | | | 8 | |
| Тема 12. Глобалізація процесів логістики та міжнародна маркетингова логістика | | 1 | | | 8 | |
| Разом за змістовний модуль 2 | 59 | 6 | 2 | | | 51 |
| Разом за семестр | 105 | 10 | 4 | | | 91 |

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин | |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------|
| | | денна | заочна |
| 1 | Тема 1. Логістика в ринковій економіці | 1 | 1 |
| 2 | Тема 2. Маркетингова логістика як частина логістичної системи | 1 | |
| 3 | Тема 3. Класифікація маркетингових форм логістичних увотрень | 2 | |
| 4 | Тема 4. Характеристика основних елементів логістики | 2 | |
| 5 | Тема 5. Технологічні процеси й управління матеріальними потоками в логістиці | 2 | 1 |
| 6 | Тема 6. Фактори формування маркетингових логістичних систем | 2 | |
| 7 | Тема 7. Управління матеріальними потоками в маркетингових логістичних системах | 2 | |
| 8 | Тема 8. Заготівельна і внутрішньовиробнича логістика | 2 | 1 |
| 9 | Тема 9. Маркетингова логістика складування та транспортна логістика | 2 | |
| 10 | Тема 10. Розподільча маркетинг - логістика та логістика посередництва | 2 | |
| 11 | Тема 11. Транспортно-експедиційні логістичні послуги та маркетинг | 1 | |
| 12 | Тема 12. Глобалізація процесів логістики та міжнародна маркетингова логістика | 1 | |
| | Модульна контрольна робота | 4 | - |
| Разом | | 24 | 4 |

6.4. Самостійна робота

| № з/п | Назва теми | Кількість Годин | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------|
| | | денна | заочна |
| 1 | Поняття і сутність логістики. Мета, завдання та функції логістики. Етапи та рівні розвитку логістики. Види логістики. Сучасна концепція логістики | 4 | 6 |
| 2 | Взаємозв'язок маркетингу та логістики в сучасних умовах. Поняття і сутність маркетингової логістики. Мета, завдання та функції маркетингової логістики. Зовнішні і внутрішні фактори впливу на розвиток маркетингової логістики на підприємстві. Особливості маркетингового забезпечення логістики. | 4 | 6 |
| 3 | Логістичні ланцюги. Види логістичних ланцюгів розподілу. Маркетингові канали розподілу. Основні інструменти управління маркетинговою логістикою. Співробітництво, конфлікти та конкуренція в маркетингових логістичних каналах. | 4 | 7 |
| 4 | Перелік та характеристика основних елементів логістики. Методологічне забезпечення ефективної взаємодії елементів логістики. Інформаційне забезпечення ефективної взаємодії елементів логістики | 4 | 7 |
| 5 | Логістика технологічних процесів. Поняття матеріального потоку, його параметри та характеристики. Класифікація матеріальних потоків. Поняття про управління матеріальними потоками. | 4 | 7 |
| 6 | Логістична система: поняття, мета, основні завдання та функції. Фактори формування логістичних систем. Види логістичних систем. | 4 | 7 |
| 7 | Поняття про управління матеріальними потоками в логістичних системах. Управління матеріально-технічним забезпеченням у логістичних системах. Управління запасами в логістичних системах. | 5 | 9 |
| 8 | Тема 8. Заготівельна і внутрішньовиробнича логістика | 5 | 9 |
| 9 | Тема 9. Маркетингова логістика складування та транспортна логістика | 5 | 9 |
| 10 | Тема 10. Розподільча маркетинг - логістика та логістика посередництва | 5 | 8 |
| | Тема 11. Транспортно-експедиційні логістичні послуги та маркетинг | 5 | 8 |
| 11 | Тема 12. Глобалізація процесів логістики та міжнародна маркетингова логістика | 5 | 8 |
| | Разом | 55 | 91 |

6.5. Індивідуальні завдання

Індивідуальна робота студентів під керівництвом викладача:

- індивідуальні заняття з метою підвищення рівня підготовки студентів – проводяться протягом семестру;
- індивідуальні заняття з студентами, які мають не достатній рівень знань – проводяться протягом семестру;
- консультації щодо підготовки до написання контрольної роботи – проводяться згідно розкладу.

На протязі семестру викладачем проводиться індивідуально-консультативна робота, яка покликана внести індивідуальний характер в процес вивчення дисципліни. Індивідуально-консультативна робота забезпечує диференційований підхід до навчання студентів та полягає в наданні їм консультацій, проведенні з ними бесід, обговоренні тем рефератів (доповідей) тощо.

Індивідуальна робота студента

Індивідуальна робота студентів:

- оформлення термінологічного словника по кожній темі дисципліни;
- виконання індивідуального завдання (презентація чи реферат)
- розв'язування ситуаційних та тестових завдань

Перший вид індивідуальної роботи студента передбачає ведення термінологічного словника, що є частиною обов'язкової самостійної та індивідуальної роботи з вивчення дисципліни. У словник записують тлумачення понять та термінів, додаткових понять і положень визначених викладачем або опрацьованих самостійно. Бажано до кожного з термінів після його опрацювання сформулювати власне визначення. Обов'язково вести перелік використаних при підготовці словника інформаційних джерел. Після кожного визначення обов'язково проставляють номер інформаційного джерела. Словник використовують для підготовки та проведення практичних занять, підготовки до складання екзамену та самостійного опрацювання лекційного матеріалу.

Другий вид роботи – виконання індивідуального завдання кожним студентом. Цей вид робіт спрямований на підготовку презентаційного матеріалу (реферату), щодо тем (розділів, питань) самостійного опрацювання.

Тематика тем для виконання індивідуального завдання

1. Сучасний ринок і логістика.
2. Передумови становлення і розвитку логістики в Україні.
3. Логістика в системі сучасних економічних наук.
4. Логістична концепція підприємства та її зв'язок з маркетингом.
5. Логістика – інструмент ринкової економіки.
6. Маркетингова логістична інфраструктура.
7. Логістичний сервіс і конкурентоспроможність підприємства.
8. Сучасна концепція маркетингового логістичного управління.
9. Шляхи створення і функціонування логістичних систем.
10. Маркетингові логістичні рішення в складуванні.
11. Вплив маркетинг - логістики на підвищення конкурентоспроможності підприємства
12. Логістика господарських зв'язків підприємства.
13. Маркетингові логістичні рішення при організації транспортування
14. Переваги підприємств, які використовують маркетинг - логістику.
15. Організація руху матеріальних ресурсів
16. Методи оцінки ефективності закупівлі матеріальних ресурсів з точки зору маркетинг -логістики.
17. Взаємозв'язок між каналами руху матеріальних ресурсів
18. Планування, облік і аналіз логістичних витрат промислового підприємства.
19. Управління виробничими процесами за допомогою маркетингових логістичних систем
20. Шляхи підвищення рівня маркетингового логістичного обслуговування на сучасному етапі.

21. Аналіз стану і заходи з оптимізації запасів матеріально-технічних ресурсів.
22. Методи оптимізації структури сукупних запасів матеріально-технічних ресурсів.
23. Розвиток маркетингової логістичної посередницької діяльності.
24. Види запасів матеріально-технічних ресурсів і фактори визначення їх величини.
25. Задачі складського господарства по прискоренню обіговості матеріально-технічних ресурсів.
26. Методи оцінки функціонування складського і тарного господарства.
27. Основні напрямки розширення комплексу послуг транспортно-експедиційного господарства.
28. Завдання транспортної логістики
29. Організація контролю за транспортними операціями у товаропровідній мережі.
30. Шляхи підвищення ефективності роботи транспортних підприємств і організацій.
31. Логістичні транспортно-експедиційні операції та маркетинг.
32. Сучасні проблеми транспортно-експедиційного забезпечення розподілу товарів.
33. Внутрішньовиробниче транспортування.
34. Системи доставки продукції.
35. Техніко-експлуатаційні показники роботи транспорту.
36. Передумови створення термінальних систем в Україні.
37. Основні системи управління запасами.
38. Глобальна логістика як частка глобальної економіки
39. Міжнародні маркетингові логістичні ланцюжки
40. Організація закупівлі матеріальних ресурсів
41. Взаємозв'язок логістики та маркетингу
42. Організація централізованих перевезень.
43. Вплив маркетинг - логістики на вдосконалення технологічних процесів на складі.
44. Маркетингова логістика споживчих товарів
45. Переваги контейнерних перевезень
46. Види перевезень на транспорті.

Методичні вказівки щодо оформлення та написання індивідуальної роботи з дисципліни

Перед написанням творчої роботи з конкретної теми курсу необхідно опрацювати наукову літературу, осмислити прочитане і викласти власні думки щодо порушеної проблеми.

Обсяг: 10-12 сторінок (формат А-4).

Структура та особливості викладу матеріалу

Вступ. Цей компонент не потребує цитувань (хоч вони допускаються), великої кількості абстрактних розмірковувань і великого обсягу. Обов'язково виділити предмет опису, обґрунтувати тему, яка висвітлюється в рефераті, вказавши на персоналії, які працювали над даним питанням, назвати їх праці. Це треба робити чітко й логічно, щоб обсяг вступу не перевищував 15 відсотків від обсягу роботи (1 сторінка).

Основна частина. Тут немає особливих регламентацій. Головне, щоб текст був написаний самостійно. Матеріал, який викладається, необхідно обґрунтовано реферувати. Коли є аргументи і контраргументи, можна вступати в полеміку. Використовувати цитати як для підтвердження, так і для спростування. Цитований матеріал в основній частині, незалежно від форми цитування — дослівного (в лапках), світоглядно-змістового (своїми словами з зазначенням авторства матеріалу, який використовується), не повинен перевершувати 30 відсотків реферату.

Загальний обсяг основної частини становить приблизно 7-8 сторінок.

Висновки. Це — підсумок. Тобто чіткість, точність, лаконічність. Жодних цитат, тільки узагальнення, резюмування основних питань і проблем теми, визначення можливостей їх використання у практичній діяльності. Конкретні висновки можна нумерувати.

Список використаної літератури. Укладається за алфавітним порядком мовою оригіналу з усіма вихідними даними.

Робота повинна бути набрана на комп'ютері та видрукувана на принтері (електронні версії не приймаються). Параметри: версія WORD, шрифт – 14 кегель, у рядку 60 – 65 знаків. Сторінки повинні мати відповідні поля та нумерацію: зліва – 30 мм; справа – 10 мм; зверху та знизу – 20 мм. Виконання

індивідуальної роботи є обов'язковим складовим модулем залікового кредиту з курсу, компонентом підсумкової та залікової оцінки.

Третій вид індивідуальної роботи студента передбачає розв'язування ситуаційних та тестових завдань, які узагальнюють та підкріплюють теоретичні та практичні знання студента з дисципліни «Маркетингова логістика».

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Вивчення курсу не потребує використання програмного забезпечення крім загальноповсюджаних програм та операційних систем, таких як програми презентацій Microsoft PowerPoint, Open Office Impress.

Методичне забезпечення:

- Електронний конспект лекцій з дисципліни «Маркетингова логістика»;
- Індивідуальні завдання для самостійного виконання (електронний варіант);
- Методичні вказівки з самостійного вивчення курсу «Маркетингова логістика» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» .

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базова

1. Безугла Л.С. Логістика: навч. посіб. / Юрченко Н.І., Ільченко Т.В., Пальчик І.М., Воловик Д.В. ДДАЕУ. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/4959>
2. Крикавський Є.В., Чернописька Н. В. Логістичні системи: підручник. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2019. 286 с.
3. Негода А., Русак Д. Міжнародна логістика та глобальні ланцюги постачань: навчальний посібник у схемах. Київ. 2023. 268 с. URL: <https://www.iir.edu.ua/sites/default/files/2023-03/%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf>.
4. Марчук В. Є., Григорак М. Ю., Гармаш О. М., Овдієнко О. В. Складська логістика: навчальний посібник. Київ: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 256 с. URL: https://www.researchgate.net/profile/Oleg-Garmash/publication/377659147_Skladaska_logistika_navcalnij_posibnik/links/65b1646b7fe0d83cb565a40c/Skladaska-logistika-navcalnij-posibnik.pdf.
5. Смерічевська С.В., Жаболенко М.В., Чернишева С.В. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: навч. посібник у схемах і таблицях. Львів: «Магнолія-2006». 2021. 552 с.
6. Сумець О. М., Кононов І.О., Огієнко О.С., Телепнева О.С., Янковська В.А. Виробнича логістика: навч. посібник. Харків: ТОВ «Пром-Арт», 2021. 120 с. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/navchalni-posibniki/sumets_0008.pdf

Допоміжна

1. Безсмертна О. В., Мороз О. О., Білоконь Т. М., Шварц І. В. Логістика: навчальний посібник [Електронний ресурс]. Вінниця: ВНТУ, 2018. 161 с. URL: https://ecopy.posibnyky.vntu.edu.ua/txt/2018/Bezsmertna_moroz_bilok_shvarz_logistika_np_p0_23.pdf.
2. Логістика на залізничному транспорті [Текст]: навч. посібник. УкрДУЗТ, 2018. 219 с.

3. Логістика постачання, виробництва і дистрибуції: навчальний посібник / М.Ю. Григорак, О.В. Карпунь та ін. Київ: НАУ, 2017. 364 с. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/40668/1/Posibnyk_LPVD%20%283%29.pdf.
4. 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/bitstream/316497/42757/3/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%202021%20%283%29%20%281%29.pdf>.
5. Шишкін В.О., Бахметова Я.Ю. Перспективи використання логістичної стратегії як умова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Modern Economics. 2019. №14(2019) С. 296-300. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-46](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-46).

Інформаційні ресурси

<http://www.logistics-gr.com>
<http://dic.logistics-gr.com>
<http://science.logistics-gr.com>
<http://edu.logistics-gr.com>
<http://city.logistics-gr.com>
<http://job.logistics-gr.com>
<http://tests.logistics-gr.com>
<http://project.logistics-gr.com>
<http://lang.logistics-gr.com>
<http://advert.logistics-gr.com>
<http://www.ant-logistics.com.ua>
<http://translog.com.ua/>