

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ  
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА  
ЛОГІСТИКИ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету менеджменту

\_\_\_\_\_ І.Г. Шавкун  
(підпис) (ініціали та прізвище)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020

**«МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА»**

(назва навчальної дисципліни)

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

підготовки бакалавра  
(назва освітнього ступеня)

спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність  
(шифр, назва спеціальності)

освітньо-професійна програма Підприємництво та комерційна логістика,  
Агробізнес

**Укладач** Павлюк Т.С., к.е.н., доцент  
(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри підприємництва,  
менеджменту організацій та логістики

Протокол № 1 від “28” серпня 2020 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Л.М. Бухаріна  
(підпис) (ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою  
факультету менеджменту

Протокол № 1 від “30” серпня 2020 р.

Голова науково-методичної ради  
факультету \_\_\_\_\_ О.В.Юдіна  
(підпис) (ініціали, прізвище)

2020 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрямок підготовки, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – <b>4 д.в.</b> <b>4 з.в.</b>	Галузь знань <u>07 Управління і адміністрування</u>	Нормативна	
		Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки	
Розділів – <b>2</b>	Спеціальність <u>076 Підприємство, торгівля та біржова діяльність</u>	<b>Рік підготовки:</b>	
Загальна кількість годин – <b>120 д.в.</b> <b>120 з.в.</b>		1-й	1-й
<b>Лекції</b>			
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – <b>4 год.</b> самостійної роботи студента – <b>8 год.</b>	Освітньо-професійна програма <u>Підприємство та комерційна логістика, Агробізнес</u>	28 год.	8 год.
		<b>Практичні</b>	
	14 год.	4 год.	
	<b>Самостійна робота</b>		
	78 год.	108 год.	
	<b>Вид підсумкового контролю: екзамен</b>		
	Рівень вищої освіти: <b>бакалаврський</b>		

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців розуміння та вміння вирішувати на практиці проблеми розробки політики розподілу підприємства згідно з його маркетинговою стратегією на основі отримання системи спеціальних теоретичних знань.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є:

- набуття студентами теоретичних знань з питань застосування концептуальних засад маркетингової логістики, використання стратегії і тактики маркетингової логістики, принципів і закономірностей створення й руху каналів розподілу;
- опанування студентами методичного інструментарію розробки та реалізації завдань маркетингової логістики;
- оволодіння ідеологією концепції та навичками розподілу на промисловому ринку ;
- розроблення пропозицій щодо формування та удосконалення логістичних систем і механізмів їх функціонування;
- набуття навичок з особливості аналізу витрат розподілу з погляду маркетингу

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- базові основи з дисциплін «Логістика» і «Маркетинг»;
- розуміння основ маркетингової та логістичної діяльності;
- алгоритм розв'язання логістичних задач;

**.вміти:**

- використовувати сучасні логістичні та маркетингові заходи;
- розробляти й обґрунтовувати рішення на основі комплексу оптимізаційних моделей;
- обґрунтовувати вибір оптимального розподілу ресурсів; аналізувати ефективність каналів розподілу;
- здійснювати оптимізацію існуючих каналів розподілу

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей:**

- Здатність до оцінки та аналізу соціально-економічних процесів і явищ, до використання основи знань у різних сферах маркетингу та логістики.
- Здатність до застосовування концептуальних і базових знань, розуміння предметної області і професії менеджера.
- Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації.
- Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, визначати перспективи розвитку організації.
- Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

### **Міждисциплінарні зв'язки.**

Вивчення курсу «Маркетингова логістика» базується на загальних знаннях економічної теорії взаємопов'язане з такими дисциплінами: «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Логістика», «Маркетинг», «Основи менеджменту».

## **3. Програма навчальної дисципліни**

### **Розділ 1. «Основи теорії маркетингової логістики»**

#### ***Тема 1. Теоретичні основи маркетингової логістики***

Передумови розвитку маркетингової логістики. Історія маркетингової логістики (МЛ). Підходи до визначення поняття маркетингова логістика. Принципи МЛ. Основні поняття, терміни, визначення маркетингової логістики. Функції маркетингової логістики. Мета МЛ.

#### ***Тема 2. Основи класифікації маркетингової логістики.***

Основні різновиди маркетингової логістики. Внутрішня та зовнішня ЛМ. Завдання та особливості внутрішньої маркетингової логістики. Головні завдання, функції та особливості зовнішньої маркетингової логістики. Маркетингова логістика як основа ефективності підприємства.

#### ***Тема 3. Основні складові маркетингової логістики.***

Вивчення попиту і прогнозування продажів. Планування виробництва на основі інформації про ринок. Обробка замовлень. Складування і зберігання готової продукції. Доставка замовлень. Транспортування готової продукції. Післяпродажне обслуговування.

### **Розділ 2. Маркетингова логістика на підприємстві**

#### ***Тема 4. Інтегрований маркетингово-логістичний комплекс товаропровідної системи..***

Інтеграція стратегії маркетингової та логістичної концепцій у ланцюгах постачань, як основа сучасного управління. Питання збуту на виробничих підприємствах. Основні завдання механізму розробки інтегрованого маркетингово-логістичного комплексу товаропровідної системи. Схема операційної діяльності маркетингово-логістичного комплексу.

#### ***Тема 5. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності.***

Взаємодія маркетингу та логістики в розрізі 4P маркетингу. Взаємозв'язок маркетингового та логістичного комплексів. Трактуювання логістичної місії. Логістика як друга половина маркетингу.

**Тема 6 Управління маркетинговою логістикою.**

Підпорядкування діяльності меті створення цін для споживачів. Перехід від ієрархічної функціональної структури управління до управління процесами на між функціональній основі. Використання підходів управління орієнтованій на ринкового споживача, а не на товар. Використання ефективності процесів, а не прибутку, як основа показників, що характеризує діяльність компанії при управлінні ланцюгом постачання.

**4. Структура навчальної дисципліни**

Назви тематичних розділів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі			усього	у тому числі			ІЗ	
		л	практ	сам.роб.		л	практ	сам.роб.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	ІЗ	
<b>Розділ 1. Основи теорії маркетингової логістики</b>										
Тема 1. Теоретичні основи маркетингової логістики	15	2	1	12	-	15	1	0,5	13	-
Тема 2. Основи класифікації маркетингової логістики	15	4	2	9	-	15	1	0,5	13	-
Тема 3. Основні складові маркетингової логістики	15	4	2	9	-	15	1	0,5	14	-
<b>Разом за розділом 1</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>39</b>	<b>-</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>54</b>	<b>-</b>
<b>Розділ 2. Маркетингова логістика на підприємстві</b>										
Тема 4. Інтегрований маркетингово-логістичний комплекс товаропровідної системи..	15	2	1	12	-	15	1	0,5	13	-
Тема 5. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності.	15	4	2	9	-	15	1	0,5	13	-
Тема 6. Управління маркетинговою логістикою	15	4	2	9	-	15	1	0,5	14	-
<b>Разом за розділом 2</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>39</b>	<b>-</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>54</b>	<b>-</b>
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>78</b>	<b>-</b>	<b>120</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>108</b>	<b>-</b>

**5. Теми лекційних занять**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денне	Заочне
1	Тема 1. Теоретичні основи маркетингової логістики	2	1
2	Тема 2. Основи класифікації маркетингової логістики	4	1
3	Тема 3. Основні складові маркетингової логістики	4	1
4	Тема 4. Інтегрований маркетингово-логістичний комплекс товаропровідної системи..	4	1
5	Тема 5. Формування взаємозв'язків маркетингу та	4	1

	логістики в підприємницькій діяльності.		
6	Тема 6. Управління маркетинговою логістикою	4	1
Разом		28	8

### 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денне	Заочне
1	Тема 1. Теоретичні основи маркетингової логістики	1	0,5
2	Тема 2. Основи класифікації маркетингової логістики	2	0,5
3	Тема 3. Основні складові маркетингової логістики	2	0,5
4	Тема 4. Інтегрований маркетингово-логістичний комплекс товаропровідної системи..	2	0,5
5	Тема 5. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності.	1	0,5
6	Тема 6. Управління маркетинговою логістикою	2	0,5
Разом		14	4

### 7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денне	Заочне
1	Тема 1. Теоретичні основи маркетингової логістики	12	13
2	Тема 2. Основи класифікації маркетингової логістики	9	13
3	Тема 3. Основні складові маркетингової логістики	9	14
4	Тема 4. Інтегрований маркетингово-логістичний комплекс товаропровідної системи..	9	14
5	Тема 5. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності.	12	13
6	Тема 6. Управління маркетинговою логістикою	9	13
Разом		78	216

### 8. Види контролю і система накопичення балів

	Вид контрольного заходу	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
1	Виконання завдань до практичних занять, відповідно робочої програми навчальної дисципліни, що передбачає проведення дослідження за запропонованими викладачем та робочою програмою навчальної дисципліни питаннями.	8	1,5	12	2	3	6

	Терміни виконання – у межах підготовки до практичних занять						
2	Презентація й обговорення виконаних завдань до практичних занять та їх результатів, відповідно робочої програми навчальної дисципліни, розв'язування проблемних питань, контрольних задач та навчальних кейсів за тематикою обговорюваного завдання. Терміни виконання – у межах проведення практичних занять	8	3	24	2	5	10
3	Самостійне проходження тесту за матеріалом <b>Розділу 1</b> у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ <b>Moodle</b> (за умови виконання тесту не менше, ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено)	1	3	3	1	10	10
4	Контрольне тестування за результатом вивчення матеріалу <b>Розділу 1</b>	1	0-5	5	-	-	-
5	Самостійне проходження тесту за матеріалом <b>Розділу 2</b> у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ <b>Moodle</b> (за умови виконання тесту не менше, ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено)	1	3	3	1	10	10
6	Контрольне тестування за результатом вивчення матеріалу <b>Розділу 2</b>	1	0-5	5	-	-	-
7	Виконання практичних та кейсових завдань в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ <b>Moodle</b>	8	1	8	12	2	24
8 всього	<b>Вирішення контрольних ситуативних задач та навчальних кейсів</b>	1	15	15	1	-	-

	<b>Контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу (проводиться по завершенню вивчення курсу у письмовій формі)</b>		25	25		40	<b>40</b>
<b>Усього балів</b>		<b>29</b>		<b>100</b>	<b>21</b>		<b>100</b>

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

## 9. Рекомендована література

### Основна

1. Балабанова Л.В., Германчук А.М. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2014. 143 с.
2. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ : «Центр учбової літератури», 2018. 462 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.. 4.вид., доп. Київ : Лібра, 2006. 717с.
4. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. Посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
5. Крикавський Є.В. Логістичне управління: підручник. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2012. 351 с.
6. Чухрай Н.І., Мавріна А.О. Прибутковий маркетинг: взаємоузгодження маркетингових та фінансових рішень : [монографія]. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. 208 с

### Додаткова

1. Плахута Г. А., Попова І. В. Інтеграція маркетингу і логістики в системі менеджменту. Маркетинг: теорія і практика : зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2008. Вип. 14. С. 145–148.

2. В. М. Бондаренко. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності. Ефективна економіка. № 7, 2015.  
URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4454> (дата звернення: 10.07.2020)
3. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства. Навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
4. Циба Т. Є., Сокур М. І., Баюра В. І. Маркетингове планування: Навч. посібник . Київ : ЦНЛ. 2007. 128 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади : підручник / за ред. О.О. Шубіна. Київ : Знання, 2009. 379 с.
6. Сумець О.М.Ланцюги поставок: організаційний аспект: препринт . Харків : «Міськдрук», 2011. 52 с.

### Інформаційні ресурси

1. Економічна правда: інформаційний портал. URL: <http://www.epravda.com.ua>.
2. Кореспондент.net: інформаційний портал. URL: <http://ua.korrespondent.net/bbc/1127322-cini-na-harchi-i-yak-mozhe-dopomogti-ukrayina>.
3. Новини фінансів України. URL: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2011/02/15/227872>.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
5. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/>.
6. Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://web.worldbank.org>.
7. Урядовий портал України. URL: [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

Погоджено \_\_\_\_\_  
навчальний відділ  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_



