СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА ТА ЗБУТ

спеціальність	**075 Маркетинг**	**обов'язковість дисципліни**	**обов'язкова**
освітня програма	**Маркетинг**	**факультет**	**управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю**
освітній рівень	**перший (бакалаврський)**	**кафедра**	**маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом**

ВИКЛАДАЧ

Олініченко Катерина Сергіївна



Вища освіта – спеціальність «Маркетинг»
Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності»; Вчене звання – доцент
Досвід роботи – більше 20 років
Показники професійної активності з тематики курсу:

- авторка методичних розробок;
- авторка та співавторка тематичних публікацій;
- учасниця наукових і методичних конференцій;
- керівниця студентських наукових і кваліфікаційних робіт, що отримали призові місця у конкурсах;
- членкиня Громадської організації «Українська асоціація маркетингу».

електронна пошта	**olinichenko.katerina@gmail.com**	**дистанційна підтримка**	***Zoom*:** https://us04web.zoom.us/j/6737092964?pwd=ZWgxR2RwQXpqUFV3RitaTnIrYllMdz09 ***Moodle*:** https://moodle.btu.kharkiv.ua/course/view.php?id=1810

До викладання дисципліни долучені: -

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)	
Мета	**надання здобувачам ґрунтовних знань про сутність, принципи, функції та інструменти маркетингової логістики й системи збуту, а також формування практичних умінь з організації, управління та оптимізації логістичних процесів у маркетинговій діяльності підприємства з урахуванням сучасних умов ринку та цифрової трансформації**
Формат	**лекції, практичні заняття, самостійна робота, командна робота, логічний аналіз (розв'язання проблемних ситуацій та завдань)**
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	• **здатність використовувати сучасний методичний інструментарій для розробки маркетингової збутової політики підприємства, виявляти потенційні можливості підвищення ефективності формування маркетингової логістики та збуту на підприємствах (ЗК4, ЗК6, СК2, СК3, СК4, СК5, СК7, СК13, Р1, Р2, Р3, Р6, Р12) / індивідуальні завдання, практичні завдання, опитування та тестування** • **здатність визначати маркетингові канали просування та методи формування логістичних потоків (ЗК6, ЗК9, СК5, СК7, Р3, Р4, Р5, Р6, Р12, Р16) / індивідуальна самостійна робота, опитування, тестування** • **знати сучасні інструменти маркетингової логістики (ЗК6, ЗК9, СК4, СК5, Р3, Р7, Р8, Р10, Р12, Р17) / індивідуальні практичні завдання, опитування, тестування** • **здійснювати формування елементів маркетингової логістики та збутової діяльності підприємства (ЗК6, ЗК9, СК2, СК4, СК5, СК7, Р3, Р4, Р5, Р7, Р8, Р9, Р14, Р16) / командна робота, практичні завдання, опитування, тестування** • **використовувати методику закупок та розміщення замовлення, розраховувати логістичні витрати та проводити аналіз логістичної та збутової діяльності підприємства (ЗК6, СК2, СК5, СК13, Р4, Р3, Р6, Р10, Р11, Р12, Р15, Р16) / індивідуальна самостійна робота, опитування**
Обсяг і форми контролю	**5 кредити ECTS (150 годин): 30 годин лекції, 30 годин практичні, підсумковий контроль – іспит.**
Вимоги викладача	**вчасне виконання завдань, активність, командна робота**
Умови зарахування	**згідно з навчальним планом**

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Компетентності	**ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.** **ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.** **ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.** **ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.** **СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.** **СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.** **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.** **СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.** **СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.**	**Програмні результати навчання**	**Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.** **Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.** **Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.** **Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.** **Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.** **Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.** **Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.** **Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.** **Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.** **Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.** **Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.** **Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.** **Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.** **Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.** **Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.** **Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.**

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Лекція 1	**Вступ до маркетингової логістики**	**Практичне заняття (ПЗ 1)**	**Сутності і завданням маркетингової логістики; взаємозв'язок маркетингу та логістики; місце збутової діяльності у маркетинговій стратегії.**	**Самостійна робота**	**Підготуйте короткий аналітичний огляд логістичної діяльності будь-якого підприємства (виробничого, торговельного або сервісного). У роботі необхідно: коротко охарактеризувати підприємство та його продукцію (послуги); описати, які маркетингові канали розподілу та просування використовує підприємство; проаналізувати основні елементи логістичної системи: постачання, складування, транспортування та збут; визначити, які сучасні інструменти маркетингової логістики або цифрові рішення можуть використовуватися для підвищення ефективності роботи; оцінити логістичні витрати та рівень логістичного сервісу та запропонувати 2–3 рекомендації щодо покращення логістики збуту та контролю її ефективності.**
Лекція 2	**Маркетингові канали просування та стратегії розподілу**	**ПЗ 2**	**Організація та типологія каналів збуту; інтенсивний, селективний та ексклюзивний розподіл; цифрові канали просування; сучасні онлайн-платформи.**		
Лекція 3	**Логістичні системи та управління потоками**	**ПЗ 3, 4**	**Управління логістичними потоками (матеріальні, інформаційні та фінансові); логістичні інформаційні потоки; вдосконаленню системи управління логістичними потоками.**		
Лекція 4	**Сучасні інструменти маркетингової логістики**	**ПЗ 5**	**CRM та ERP-системи; сутність автоматизації складів і транспорту; омніканальні стратегії, еко-логістика.**		
Лекція 5, 6	**Логістика збуту**	**ПЗ 6,7**	**Функцій збутової логістики; організація каналів розподілу; критерії ефективності збутової системи.**		
Лекція 7	**Методика закупок та розміщення замовлення**	**ПЗ 8,9**	**Сутність та завдання закупівельної логістики; системи доставки; засоби та організаційні схеми транспортування товарів.**		
Лекція 8,9	**Логістика складування**	**ПЗ 10,11**	**Склади, їх роль, функції та види; управління логістичним процесом на складі; логістика запасів.**		
Лекція 10,11	**Транспортна логістика**	**ПЗ 12,13**	**Суть, значення та завдання транспортної логістики; вибір перевізника та логістичних посередників.**		
Лекція 12,13	**Логістичні витрати та сервіс**	**ПЗ 14**	**Система логістичних витрат; класифікація видів сервісу; методика визначення рівня логістичного сервісу.**		
Лекція 14,15	**Контроль і оцінка ефективності збутової логістики**	**ПЗ 15**	**Аналіз процесів збуту для забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства; ключові показники ефективності (KPI) у збутовій логістиці.**		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	**1. Безугла Л.С. Логістика: навч. посіб. / Юрченко Н.І., Ільченко Т.В., Пальчик І.М., Воловик ДДАЕУ. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с. URL: https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/4959.** **2. Крикавський Є.В. Логістичні системи : підручник / Є. В. Крикавський, Н. В. Чорнописька. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2019. 286 с.** **3. Марченко В.М. Логістика: Підручник / В.М. Марченко, В.В. Шутюк. К.: Видавничий «Артек», 2018. 312 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36003/1/Logistyka_Marchenko.pdf** **4. Смерічевська С.В., Жаболенко М.В., Чернишева С.В. та ін. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: навч. посібник у схемах і таблицях. Львів: «Магнолія-2006». 2021. 552 с.**	**Методичне забезпечення**	**1. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. / К.С. Олініченко. О.М.Прядко / Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2020, 89 с.** **2. Олініченко К.С. Логістика: практикум для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». ХДУХТ. Харків, 2020. 58 с.** **3. Маркетингова логістика та збут: опорний конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; уклад.: К. С. Олініченко. Харків: ДБТУ, 2023. 134 с.**

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	**100 бальна ECTS (стандартна)**	**до 60**	**усереднена оцінка за виконання завдань поточного контролю, участь у науковій роботі, інші активності**
		до 40	**підсумковий контроль (екзамен)**
Поточне оцінювання	**60 бальна сумарна**	**до 20**	**відповіді на тестові питання**
		до 30	**виконання практичних завдань**
		до 10	**результат засвоєння блоку самостійної роботи**

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (https://library.btu.kharkov.ua/images/docs/KODEKS%20akademicnoi%20dobrocesnosti.pdf) та вимог, які прописані у Положенні про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/norm-b-acad-pol1v.pdf) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.