

Силабус курсу:



СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Ступінь вищої освіти:	Магістр
Спеціальність:	075 «Маркетинг»
Рік підготовки:	1
Семестр викладання:	весняний
Кількість кредитів ЄКТС:	4
Мова(-и) викладання:	українська
Вид семестрового контролю	екзамен

Автор курсу та лектор:

д.е.н., проф., Івченко Євген Анатолійович

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові

професор кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу

посада

ivchenko@snu.edu.ua

електронна адреса

+38-050-920-3373

телефон

Viber за номером
телефону

месенджер

За розкладом

консультації

Анотація навчального курсу

Цілі вивчення курсу:

Головна мета – формування у студентів системи знань і практичних навичок з організації та технології логістичного менеджменту, оцінки його якості та розробки оптимальної стратегії обслуговування клієнтів в умовах швидкозмінного ринкового середовища.

Метою лекційних занять за дисципліною є розкриття загальних та специфічних особливостей даної дисципліни, її структури, окремих методів наукового пізнання; конкретизація зв'язку фундаментальних об'єктів з конкретною навчальною дисципліною, демонстрація системних відносин, надання цілісної уяви про предмет; деталізація і поелементне вивчення й засвоєння відповідних дисципліні понять, теорій; формування у студентів системи знань на основі усвідомлення загальних закономірностей, загальних принципів, поступового переходу від окремих до більш широких узагальнень; диференціювання знань, що дозволяє із великої кількості одержаних знань виділяти тільки ті, на які падає основне змістовне і логічне навантаження та які є опорою для встановлення зв'язків між основними поняттями теми, курсу, предмету.

Метою самостійної роботи за дисципліною є засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, без участі викладача; переорієнтація із лекційно-інформативної на індивідуально-диференційовану, особистісно-орієнтовану форму та на організацію самоосвіти студента; поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці.

Результати навчання:

Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. Вміти здійснювати контроль загальних витрат упродовж усього логістичного ланцюга та витрат на виконання визначених логістичних функцій і операцій, оцінювати ефективність використання логістичного потенціалу підприємства та показники ефективності логістичних проектів і програм. Вміння системно пов'язувати процеси закупівлі матеріальних ресурсів із виробництвом та збутом готової продукції, складуванням та транспортуванням, використовуючи принципи логістики.

Передумови до початку вивчення:

Базові знання у сфері маркетингу, менеджменту, економічної теорії, знання щодо загальних економічних процесів на макро- і мікрорівнях; навички у сфері наукових досліджень.

Мета курсу (набуті компетентності)

Внаслідок вивчення даного навчального курсу здобувач вищої освіти набуде наступних компетентностей:

ІНТ. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків.

СК11. Здатність встановлювати критерії, за якими організація визначає подальші напрямки розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани, спрямовані на забезпечення високого рівня логістичного сервісу та якості в логістичних системах.

СК12. Здатність оцінювати, формувати та обирати оптимальну логістичну стратегію з урахуванням прийняттого рівня ризику, оцінювати її ефективність.

Структура курсу

№	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
1	Логістичний менеджмент як інструмент оптимізації бізнес-процесів і напрям наукового пізнання	денна 2/0/2 заочна 0,5/0/0,5	Еволюція управління логістичною діяльністю. Фактори розвитку логістичного менеджменту в умовах глобалізації ринкових відносин. Сутність і місце логістичного менеджменту. Сучасні визначення логістичного менеджменту. Логістичний менеджмент як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
2	Концепція і методологічний апарат логістичного менеджменту. Логістичні системи	денна 2/0/2	Засади сучасних концепцій логістичного менеджменту. Теоретичні парадигми логістичного менеджменту. Логістичні системи: суть, види та межі	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
3	Об'єкти логістичного управління та логістичні операції	денна 2/0/2 заочна 0,5/0/0,5	Об'єкти логістичного управління. Матеріальні потоки: суть, класифікація. Фінансові та інформаційні потоки: суть і класифікація. Логістичні ланцюги поставок	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
4	Логістична стратегія підприємства. Організація логістики на підприємстві	денна 2/0/2 заочна 0,5/0/0,5	Логістична стратегія як джерело конкурентної переваги підприємства. Переваги та ефективність використання логістичних стратегій підприємства. Стратегічне планування в системі логістичного менеджменту підприємства. Організація служби логістики на підприємстві	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
5	Управління запасами як елемент логістичного управління	денна 2/0/2 заочна 0,5/0/0,5	Логістичне управління запасами як складова логістичного управління підприємством. Системи управління запасами. Стратегії управління запасами	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
6	Логістика закупівель і розміщення замовлень	денна 2/0/2	Завдання, функції та принципи закупівельної логістики. Рішення «зробити або купити». Особливості вибору постачальника. Система доставки «точно-вчасно» в закупівельній логістиці	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.

№	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
7	Логістичний підхід до обслуговування споживачів	денна 2/0/2	Поняття логістичного сервісу та логістичного обслуговування. Аутсорсинг у системі логістичного обслуговування. Оцінка якості рівня логістичного сервісу. Етапи та перспективи розвитку логістичного сервісу в Україні	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.

Рекомендована література

Основна література:

1. Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.
2. Крикавський Є.В. Логістичні системи : підручник / Є.В. Крикавський, Н.В.Чорнописька. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. – 288 с.
3. Крикавський Є. В. Логістика та управління ланцюгами поставок:навч. посібник / Є.Крикавський, О.Похильченко, М. Фертч. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. –844 с.
4. Алькема В.Г. Логістичний консалтинг: Навчальний посібник / В.Г. Алькема, О.С. Кириченко, С.А. Філатов. – К. : ВНЗ «Університет економіки та прав «КРОК», 2020. – 360 с.
5. Агеєв Є. Я. Закупівельна логістика: матеріально-технічне постачання підприємства: Навч. посібник / Є. Я. Агеєв, М. Л. Заєв, С. В. Піча. –Львів : Новий Світ-2000, 2017. –719 с.
6. Логістичний менеджмент: навчальний посібник / В. В. Кобзєв, В. М. Гончаров, В. О. Левенцов, В. О. Артеменко, О. М. Германенко, М. В. Зось-Кіор, І. Д. Заруцький, Н. О. Волошинова. Луганськ: Вид-во «Ноу-лідж», 2014. 422 с.
7. Марченко В.М. Логістика: Підручник/ В.М. Марченко, В.В. Шутюк. – К.: Видавничий дім «Артек», 2018. – 312 с.
8. Михаліцька Н. Я. Логістичний менеджмент: навчальний посібник / Н. Я. Михаліцька, М. Р. Верескля. – Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. – 440 с.

Допоміжна література:

1. Воркут Т.А. Управління портфелями реалізації логістичних стратегій в мережах організацій ланцюгів постачань. Монографія / Т.А. Воркут, І.І. Галак, А.В. Петунін, В.С. Харута. – Київ: Міленіум, 2020. – 210 с.
2. Григорак М.Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепція, методологія, компетентність: монографія / М.Ю. Григорак. - К.: Сік Груп Україна, 2017. - 513 с.
3. Якимишин Л.Я. Логістика ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту: монографія / Л.Я. Якимишин. – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2017. – 220 с.
4. Алькема В. Г. Економічна безпека суб'єктів логістичної діяльності / В. Г. Алькема, О. С. Кириченко. – К. : ВНЗ Університет економіки та права «КРОК», 2016. – 350 с.
5. Воркут Т.А. Управління ланцюгами постачань: логістичний аспект. Навчальний посібник / Т.А. Воркут, О.Є. Білоног, А.М. Дмитриченко, Ю.О. Третиниченко. – К. : НТУ, 2017. – 286 с.
6. Christina Wiederer Logistics Infrastructure Along the Belt and Road Initiative Economies. MTI Practice Notes, World Bank, 2018. URL: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/259561545148936579/pdf/133058-MTI-Practice-Note-5-Final.pdf>
7. Geissbauer R., Vedso J., Schrauf S. Industry 4.0: Building the digital enterprise. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/industries-4.0/landing-page/industry-4.0-building-your-digital-enterprise-april-2016.pdf>

Інформаційні ресурси

1. <http://www.nbuv.gov.ua/> – Національна бібліотека України ім.В.І.Вернадського
2. <http://www.uam.kneu.kiev.ua/ukr/index.php> - Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні», «Маркетинг-газета»
3. Сайт системи дистанційного навчання СНУ ім. В. Даля – <http://moodle2.snu.edu.ua/>

Оцінювання курсу

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

Інструменти і завдання	Кількість балів
Виконання практичних завдань	30
Тести	30
Екзамен	60
Разом	100
Активна участь в роботі групи на практичних та лекційних заняттях за темами курсу враховується при визначенні оцінки за індивідуальні завдання в межах 10 балів	

Шкала оцінювання студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS
90 – 100	A
82-89	B
74-81	C
64-73	D
60-63	E
35-59	FX
0-34	F

Політика курсу

- Плагіат та академічна доброчесність:* Дотримання академічної доброчесності за курсом ґрунтується на внутрішньо-університетській системі запобігання та виявлення академічного плагіату. До основних вимог за курсом віднесено - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації. Перевірка текстів на унікальність здійснюється однаковими для всіх здобувачів засобами: – за допомогою програмного забезпечення Unicheck і засобів системи MOODLE; за Internet-джерелами – за допомогою програми Antiplagiarism.net.
- Завдання і заняття:* Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку здобувачі зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Здобувач вищої освіти має право на оскарження результатів оцінювання. Студент може пройти певні онлайн-курси, які пов'язані з темами дисципліни, на онлайн-платформах. При поданні документу про проходження курсу студенту можуть бути перезарховані певні теми курсу та нараховані бали за завдання
- Поведінка в аудиторії:* Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. На аудиторні заняття слухачі мають з'являтися вчасно відповідно до діючого розкладу занять, яке міститься на сайті університету. Під час занять усі його учасники мають дотримуватися вимог техніки безпеки.