

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)

Кафедра маркетингу та реклами

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради
02.06.2025
протокол № 08, п. 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ від 02.06.2025 № 104

**МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА /
MARKETING LOGISTICS**

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«бакалавр» /	«bachelor»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» /	«Management and Administration»
Спеціальність	073 «Менеджмент» /	«Management»
Освітня програма	«Логістика» /	«Logistics»

Розробники: Довгань Юрій, кандидат економічних наук, доцент

Гарант освітньої програми «Логістика» – Довгань Юрій, кандидат економічних наук, доцент

Обговорено та схвалено:

на засіданні кафедри маркетингу та реклами від 05.05.2025 протокол № 10;

на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 22.05.2025 протокол № 05.

Рецензенти:

Якушевська Оксана, кандидат економічних наук, доцент

Коваль Володимир, директор ТОВ «ЖЕО», м. Вінниця

Редактор: Фатєєва Т.

Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 11.06.2025 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний

Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,27.

Обл.-вид. арк. 1,10. Тираж 2. Зам. № 229.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Мета вивчення освітнього компонента (ОП).

Вивчення освітнього компонента «Маркетингова логістика» спрямоване на формування фахівця нового покоління з інтегрованим логістично-маркетинговим мисленням, який володіє сучасними методами управління маркетингово-логістичними процесами та методичними підходами до оптимізації бізнес-процесів, здатний приймати обґрунтовані управлінські рішення, що поєднують логістичну ефективність із маркетинговими цілями, управляти маркетингово-логістичною діяльністю з урахуванням ринкових ризиків, забезпечуючи підвищення конкурентоспроможності підприємства та максимізацію його ринкової цінності.

Результати вивчення освітнього компонента, його місце в освітньому процесі.

Освітній компонент «Маркетингова логістика» є обов'язковим елементом циклу професійної підготовки, що забезпечує поглиблену підготовку здобувачів вищої освіти у сфері інтеграції маркетингових і логістичних функцій як ключових напрямів діяльності підприємств. Він сприяє ефективному використанню логістичних ресурсів у поєднанні з маркетинговими стратегіями, а також набуттю практичних навичок для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері маркетингової логістики. Вивчення компонента спрямоване на підвищення конкурентоспроможності підприємств, оптимізацію їх бізнес-процесів і забезпечення ефективного задоволення потреб клієнтів шляхом гармонізації логістичних і маркетингових операцій у ринкових умовах.

Результатом вивчення ОК «Маркетингова логістика» для освітньої програми «Логістика» є формування комплексу компетентностей:

– **інтегральна компетентність:** здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук;

– **спеціальні компетентності:**

СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК 3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

СК 16. Здатність використовувати інноваційний інструментарій маркетингової логістики ринкових суб'єктів.

СК 18. Здатність розробляти логістичні ланцюги поставок, забезпечувати їх стійкість та надійність.

СК 19. Здатність розробляти та впроваджувати сучасні напрями логістичної діяльності ринкових суб'єктів на міжнародних ринках.

Результати навчання здобувачів з ОК «Маркетингова логістика» полягають:

Р 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

Р 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

Р 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

Р 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

Р 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

Р 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

Р 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

Міждисциплінарні зв'язки: ОК «Маркетингова логістика» у системі професійної підготовки бакалаврів базується на загальних знаннях теорії економіки, менеджменту та логістики і взаємозв'язаний з такими освітніми компонентами: «Економічна теорія», «Основи підприємництва», «Теорія організації», «Менеджмент», «Логістика», «Логістичний менеджмент», «Торговельна логістика», «Логістичний потенціал територій».

Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компонента. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Критерії оцінювання результатів навчання

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компонента, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.

Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом НПП виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Для очної форми навчання поточна робота оцінюється в 100 балів, підсумковий контроль (екзамен) оцінюється в 100 балів.

До екзамену допускаються всі здобувачі вищої освіти, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 17.06.2024 № 08 (зі змінами від 25.11.2024, протокол № 12).

Згідно з цим же Положенням здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право в день оголошення результатів звернутися із заявою на ім'я директора з проханням апеляційного перегляду оцінки.

Обсяг освітнього компонента в кредитах та його розподіл (тематичний план)

Теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	всього	з них				
		лекції	практ.	СРС		
Тема 1. Вступ до маркетингової логістики	6	2	2	2	В, РМГ, УД, Т	4
Тема 2. Концепції маркетингової логістики	16	4	4	8	РЗ, РМГ, ДП	4
					РЗ, РМГ, УД, Т	4
Тема 3. Логістичне забезпечення маркетингових стратегій у маркетинговій логістиці	16	4	4	8	В, РПЗ, УД	4
					РПЗ, РМГ, Т	4
Тема 4. Управління ланцюгами поставок у маркетинговій логістиці	16	4	4	8	РМГ, К	4
					РМГ, В, УД, Т	4
Тема 5. Логістика та маркетингова політика розповсюдження	16	4	4	8	В, РПЗ, УД	4
					РМГ, УД, Т	4
Тема 6. Управління запасами в маркетинговій логістиці	6	2	2	2	РПЗ, УД, Т	4
Тема 7. Транспортна логістика в маркетингових операціях	16	4	4	8	В, РПЗ, УД	4
					РПЗ, РМГ, Т	4
Тема 8. Складська логістика та маркетинг	16	4	4	8	В, РПЗ, УД	4
					РПЗ, РМГ, Т	4
Тема 9. Інформаційні технології в маркетинговій логістиці	16	4	4	8	В, РПЗ, УД	4
					ДП, УД, Т	4
Тема 10. Управління клієнтським сервісом у маркетинговій логістиці	16	4	4	8	В, РПЗ, УД	4
					РПЗ, РМГ, Т	4
Тема 11. Ризики в маркетинговій логістиці	8	2	2	4	К, УД	4
Тема 12. Сучасні тенденції та інновації в маркетинговій логістиці	16	4	4	8	В, РПЗ, УД	4
					РПЗ, РМГ, Т	4
Індивідуальне завдання	16			16	ІЗ	16
Всього	180/6	42	42	96		100
Підсумковий контроль – екзамен						

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.

Т – тестування – 1 бал.

РМГ – робота в малих групах – 1 бал.

УД – участь у дискусії – 1 бал.

РЗ – розв’язування задач – 1 бал.

РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали.

ДП – доповідь і презентація – 2 бали.

К – кейс-стаді – 3 бали.

ІЗ – індивідуальні завдання – 16 балів (курси на освітніх платформах «Prometheus», «Coursera» тощо – 6 балів; участь у наукових заходах – 10 балів).

Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.

II. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1. Вступ до маркетингової логістики

Поняття та сутність маркетингової логістики. Роль маркетингової логістики в діяльності підприємства. Взаємозв'язок маркетингу та логістики в управлінні ланцюгами поставок. Основні цілі та завдання маркетингової логістики. Значення синергії маркетингових і логістичних функцій для підвищення ефективності підприємства. Роль маркетингової логістики в адаптації до змін ринкових умов. Вплив маркетингової логістики на формування цінності для споживачів.

Тема 2. Концепції маркетингової логістики

Класичні та сучасні концепції маркетингової логістики (SCOR, Lean, Agile). Орієнтація на клієнта як основа маркетингової логістики. Принципи інтеграції маркетингових і логістичних стратегій. Роль цифровізації у впровадженні концепцій маркетингової логістики. Методи оцінки ефективності застосування концепцій маркетингової логістики в діяльності підприємства. Практичні приклади застосування концепцій у бізнесі. Роль концепції TQM (Total Quality Management) у забезпеченні якості маркетингово-логістичних процесів. Значення адаптивності концепцій маркетингової логістики для малого та середнього бізнесу. Вплив клієнтоорієнтованих концепцій на конкурентні переваги підприємства.

Тема 3. Логістичне забезпечення маркетингових стратегій у маркетинговій логістиці

Роль логістики в реалізації маркетингового комплексу. Управління каналами дистрибуції з маркетингової перспективи. Логістична підтримка просування продуктів. Вплив логістики на ціноутворення та позиціонування. Роль логістики в персоналізації маркетингових пропозицій для різних сегментів ринку. Вплив логістичної гнучкості на ефективність маркетингових кампаній. Значення логістичної інфраструктури для реалізації стратегій диференціації продуктів. Роль логістики в забезпеченні узгодженості бренду в маркетингових комунікаціях. Вплив логістичних можливостей на вибір ринкових стратегій підприємства.

Тема 4. Управління ланцюгами поставок у маркетинговій логістиці

Структура та компоненти ланцюга поставок. Координація маркетингових і логістичних функцій у ланцюгах поставок. Оптимізація потоків товарів, інформації та фінансів. Кейси управління ланцюгами поставок у ритейлі та e-commerce. Вплив сталого розвитку на управління ланцюгами поставок: екологічні та соціальні аспекти. Гармонізація ланцюгів поставок із європейськими стандартами в контексті євроінтеграції. Роль міжфункціональної координації в управлінні ланцюгами поставок для маркетингових цілей. Значення прозорості ланцюгів поставок для підтримки маркетингових стратегій. Вплив глобальних трендів на структуру ланцюгів поставок у маркетинговій логістиці.

Тема 5. Логістика та маркетингова політика розповсюдження

Сутність маркетингової політики розповсюдження та її роль у діяльності підприємства. Логістичне забезпечення каналів розповсюдження: вибір, організація, управління. Типи каналів розповсюдження (прямі, непрямі) та їх вплив на логістичні процеси. Оптимізація логістичних витрат у маркетинговій політиці розповсюдження. Вплив сталого розвитку на вибір каналів розповсюдження: екологічні аспекти логістики. Євроінтеграція в політиці розповсюдження: відповідність логістичних рішень стандартам ЄС щодо торгівлі та дистрибуції. Роль логістичної стратегії в забезпеченні конкурентоспроможності каналів розповсюдження. Значення партнерських відносин у логістичному забезпеченні маркетингової дистрибуції. Вплив ринкової структури на вибір логістичних рішень для каналів розповсюдження.

Тема 6. Управління запасами в маркетинговій логістиці

Значення управління запасами для задоволення ринкового попиту. Моделі управління запасами (EOQ, ABC-аналіз, JIT). Вплив рівня запасів на маркетингові стратегії. Практичні інструменти прогнозування попиту та планування запасів. Вплив управління запасами на сегментацію ринку та таргетинг. Стратегії управління запасами для підтримки сезонних маркетингових кампаній. Роль управління запасами в підтримці конкурентних маркетингових позицій підприємства. Значення інтеграції даних про запаси з маркетинговими планами для ринкової адаптивності. Вплив стратегій управління запасами на лояльність клієнтів у маркетингових операціях.

Тема 7. Транспортна логістика в маркетингових операціях

Види транспорту та їх вплив на маркетингові рішення. Оптимізація транспортних витрат у маркетинговій логістиці. Вибір транспортних стратегій для різних ринкових сегментів. Роль швидкості доставки в клієнтському досвіді. Використання мультимодальних перевезень для підтримки маркетингових цілей. Вплив вибору транспортних партнерів на маркетингову конкурентоспроможність. Роль транспортної логістики в забезпеченні диференціації маркетингових пропозицій. Значення логістичної синхронізації для реалізації маркетингових термінів поставки. Вплив транспортної інфраструктури на маркетингову доступність ринків.

Тема 8. Складська логістика та маркетинг

Функції складів у маркетингово-логістичних процесах. Оптимізація складських операцій для підтримки маркетингових кампаній. Автоматизація та цифровізація складських процесів. Вплив складської логістики на доступність продуктів. Роль крос-докінгу в прискоренні маркетингово-логістичних операцій. Стратегії розташування складів для забезпечення ринкової доступності. Роль складської логістики в забезпеченні гнучкості маркетингових операцій. Значення оптимального дизайну складів для підтримки маркетингових стратегій. Вплив складських технологій на швидкість виконання маркетингових замовлень.

Тема 9. Інформаційні технології в маркетинговій логістиці

Роль інформаційних систем (ERP, CRM, WMS) у маркетинговій логістиці. Використання Big Data та аналітики для прогнозування попиту. Цифрові інструменти для координації маркетингу та логістики. Застосування штучного інтелекту для оптимізації маркетингово-логістичних процесів. Інтеграція IoT (Інтернету речей) у логістичні операції для підтримки маркетингових стратегій. Приклади впровадження IT-рішень на підприємствах. Роль хмарних технологій у забезпеченні інтеграції маркетингових і логістичних даних. Значення аналітичних платформ для координації маркетингово-логістичних стратегій. Вплив кібербезпеки на надійність інформаційних систем у маркетинговій логістиці.

Тема 10. Управління клієнтським сервісом у маркетинговій логістиці

Поняття логістичного сервісу та його вплив на лояльність клієнтів. Ключові показники якості логістичного сервісу (OTIF, NPS). Стратегії підвищення рівня обслуговування клієнтів. Аналіз кейсів із покращення клієнтського досвіду. Вплив сталого розвитку на клієнтський сервіс: використання екологічних практик у логістичних операціях. Адаптація клієнтського сервісу до стандартів євроінтеграції: відповідність вимогам ЄС щодо якості та прозорості логістичних послуг. Роль логістичного сервісу в диференціації маркетингових пропозицій підприємства. Значення клієнтських очікувань для формування логістичних стандартів сервісу. Вплив логістичної прозорості на довіру клієнтів до бренду.

Тема 11. Ризики в маркетинговій логістиці

Види ризиків у маркетингово-логістичних процесах (ринкові, операційні, фінансові). Методи оцінки та управління ризиками. Вплив ризиків на маркетингові та логістичні рішення. Розробка планів реагування на логістичні збої. Роль стратегічного планування в управлінні маркетинговими та логістичними ризиками. Значення диверсифікації постачальників для зниження ризиків у маркетинговій логістиці. Вплив зовнішніх економічних факторів на маркетингово-логістичні операції.

Тема 12. Сучасні тенденції та інновації в маркетинговій логістиці

Вплив глобалізації та e-commerce на маркетингову логістику. Застосування зеленої логістики та сталого розвитку. Інновації в логістиці. Перспективи розвитку маркетингової логістики в умовах цифрової економіки. Інтеграція принципів сталого розвитку в маркетингову логістику: зменшення вуглецевого сліду та оптимізація ресурсів. Євроінтеграція в маркетинговій логістиці: гармонізація логістичних процесів із європейськими стандартами та регуляціями. Роль цифрових екосистем у трансформації маркетингово-логістичних процесів. Значення персоналізованих логістичних рішень для сучасних маркетингових стратегій. Вплив соціальних трендів на інтеграцію маркетингу та логістики в цифровій економіці.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача (год.)
Формування системи знань щодо сутності, завдань та ролі маркетингової логістики у діяльності підприємства. Набуття навичок і вмінь аналізувати структуру та функції маркетингової логістики, визначати її місце в загальній системі управління підприємством.	Тема 1. Вступ до маркетингової логістики Лекція № 1 План лекції: 1. Поняття та сутність маркетингової логістики. 2. Роль маркетингової логістики в діяльності підприємства. 3. Взаємозв'язок маркетингу та логістики в управлінні ланцюгами поставок. 4. Основні цілі та завдання маркетингової логістики. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	2
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичного заняття № 1. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Ключові.	2
	Практичне заняття № 1 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо сутності та ролі маркетингової логістики.	2
Формування системи знань щодо основних підходів і концепцій розвитку маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь застосовувати сучасні концепції маркетингової логістики в практичній діяльності підприємств.	Тема 2. Концепції маркетингової логістики Лекція № 2 План лекції: 1. Класичні та сучасні концепції маркетингової логістики (SCOR, Lean, Agile). 2. Орієнтація на клієнта як основа маркетингової логістики. 3. Принципи інтеграції маркетингових і логістичних стратегій. Лекція № 3 План лекції: 1. Роль цифровізації у впровадженні концепцій маркетингової логістики. 2. Методи оцінки ефективності застосування концепцій маркетингової логістики в діяльності підприємства. 3. Практичні приклади застосування концепцій у бізнесі. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	2
		2

Формування системи знань щодо побудови та управління ланцюгами поставок в контексті маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь розробляти ефективні ланцюги поставок, орієнтовані на потреби маркетингової логістики.	Тема 4. Управління ланцюгами поставок у маркетинговій логістиці Лекція № 6 План лекції: 1. Структура та компоненти ланцюга поставок. 2. Координація маркетингових і логістичних функцій у ланцюгах поставок. 3. Оптимізація потоків товарів, інформації та фінансів. Лекція № 7 План лекції: 1. Кейси управління ланцюгами поставок у ритейлі та e-commerce. 2. Вплив сталого розвитку на управління ланцюгами поставок: екологічні та соціальні аспекти. 3. Гармонізація ланцюгів поставок із європейськими стандартами в контексті євроінтеграції. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	2
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичних занять № 6-7. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль міжфункціональної координації в управлінні ланцюгами поставок для маркетингових цілей. Значення прозорості ланцюгів поставок для підтримки маркетингових стратегій. Вплив глобальних трендів на структуру ланцюгів поставок у маркетинговій логістиці.	2
	Практичні заняття № 6-7 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо управління ланцюгами поставок у маркетинговій логістиці.	8
		4
Формування системи знань щодо побудови систем розповсюдження товарів з урахуванням принципів маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь формувати канали збуту, що відповідають цілям маркетингової логістики, та	Тема 5. Логістика та маркетингова політика розповсюдження Лекція № 8 План лекції: 1. Сутність маркетингової політики розповсюдження та її роль у діяльності підприємства. 2. Логістичне забезпечення каналів розповсюдження: вибір, організація, управління. 3. Типи каналів розповсюдження (прямі, непрямі) та їх вплив на логістичні процеси. Лекція № 9 План лекції: 1. Оптимізація логістичних витрат у маркетинговій політиці розповсюдження.	2
		2

забезпечувати їх ефективне логістичне обслуговування.	2. Вплив сталого розвитку на вибір каналів розповсюдження: екологічні аспекти логістики. 3. Євроінтеграція в політиці розповсюдження: відповідність логістичних рішень стандартам ЄС щодо торгівлі та дистрибуції. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичних занять № 8-9. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль логістичної стратегії в забезпеченні конкурентоспроможності каналів розповсюдження. Значення партнерських відносин у логістичному забезпеченні маркетингової дистрибуції. Вплив ринкової структури на вибір логістичних рішень для каналів розповсюдження.	8
	Практичні заняття № 8-9 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо логістики та маркетингова політика розповсюдження.	4
Формування системи знань щодо методів управління запасами як інструменту маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь прогнозувати попит і управляти запасами з урахуванням вимог маркетингової логістики.	Тема 6. Управління запасами в маркетинговій логістиці Лекція № 10 План лекції: 1. Значення управління запасами для задоволення ринкового попиту. 2. Моделі управління запасами (EOQ, ABC-аналіз, JIT). 3. Вплив рівня запасів на маркетингові стратегії. 4. Практичні інструменти прогнозування попиту та планування запасів. 5. Вплив управління запасами на сегментацію ринку та таргетинг. 6. Стратегії управління запасами для підтримки сезонних маркетингових кампаній. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	2
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичного заняття № 10. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль управління запасами в підтримці конкурентних маркетингових позицій підприємства. Значення інтеграції даних про запаси з маркетинговими планами для ринкової адаптивності. Вплив стратегій управління запасами на лояльність клієнтів у маркетингових операціях.	2
	Практичне заняття № 10 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо управління запасами в маркетинговій логістиці.	2

Формування системи знань щодо транспортного забезпечення як складової маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь планувати й оптимізувати транспортні операції в системі маркетингової логістики.	Тема 7. Транспортна логістика в маркетингових операціях Лекція № 11 План лекції: 1. Види транспорту та їх вплив на маркетингові рішення. 2. Оптимізація транспортних витрат у маркетинговій логістиці. 3. Вибір транспортних стратегій для різних ринкових сегментів. Лекція № 12 План лекції: 1. Роль швидкості доставки в клієнтському досвіді. 2. Використання мультимодальних перевезень для підтримки маркетингових цілей. 3. Вплив вибору транспортних партнерів на маркетингову конкурентоспроможність. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	2
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичних занять № 11-12. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль транспортної логістики в забезпеченні диференціації маркетингових пропозицій. Значення логістичної синхронізації для реалізації маркетингових термінів поставки. Вплив транспортної інфраструктури на маркетингову доступність ринків.	8
	Практичні заняття № 11-12 Розв’язання практичних та ситуаційних завдань щодо транспортної логістики в маркетингових операціях.	4
	Тема 8. Складська логістика та маркетинг Лекція № 13 План лекції: 1. Функції складів у маркетингово-логістичних процесах. 2. Оптимізація складських операцій для підтримки маркетингових кампаній. 3. Автоматизація та цифровізація складських процесів. Лекція № 14 План лекції: 1. Вплив складської логістики на доступність продуктів. 2. Роль крос-докінгу в прискоренні маркетингово-логістичних операцій. 3. Стратегії розташування складів для забезпечення ринкової доступності.	2
Формування системи знань щодо ролі складських процесів у реалізації функцій маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь організовувати складську діяльність відповідно до вимог маркетингової логістики.		2
		2

	Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичних занять № 13-14. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль складської логістики в забезпеченні гнучкості маркетингових операцій. Значення оптимального дизайну складів для підтримки маркетингових стратегій. Вплив складських технологій на швидкість виконання маркетингових замовлень.	8
	Практичні заняття № 13-14 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо складської логістики та маркетингу.	4
Формування системи знань щодо цифрових інструментів управління процесами маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь використовувати інформаційні системи для підвищення ефективності маркетингової логістики.	Тема 9. Інформаційні технології в маркетинговій логістиці Лекція № 15 План лекції: 1. Роль інформаційних систем (ERP, CRM, WMS) у маркетинговій логістиці. 2. Використання Big Data та аналітики для прогнозування попиту. 3. Цифрові інструменти для координації маркетингу та логістики.	2
	Лекція № 16 План лекції: 1. Застосування штучного інтелекту для оптимізації маркетингово-логістичних процесів. 2. Інтеграція IoT (Інтернету речей) у логістичні операції для підтримки маркетингових стратегій. 3. Приклади впровадження IT-рішень на підприємствах.	2
	Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичних занять № 15-16. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль хмарних технологій у забезпеченні інтеграції маркетингових і логістичних даних. Значення аналітичних платформ для координації маркетингово-логістичних стратегій. Вплив кібербезпеки на надійність інформаційних систем у маркетинговій логістиці.	8
	Практичні заняття № 15-16 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо застосування інформаційних технологій в маркетинговій логістиці.	4

Формування системи знань щодо принципів і стандартів обслуговування клієнтів у системі маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь аналізу забезпечувати належний рівень клієнтського сервісу в межах маркетингової логістики.	Тема 10. Управління клієнтським сервісом у маркетинговій логістиці Лекція № 17 План лекції: 1. Поняття логістичного сервісу та його вплив на лояльність клієнтів. 2. Ключові показники якості логістичного сервісу (OTIF, NPS). 3. Стратегії підвищення рівня обслуговування клієнтів. Лекція № 18 План лекції: 1. Вплив сталого розвитку на клієнтський сервіс: використання екологічних практик у логістичних операціях. 2. Адаптація клієнтського сервісу до стандартів євроінтеграції: відповідність вимогам ЄС щодо якості та прозорості логістичних послуг. 3. Аналіз кейсів із покращення клієнтського досвіду. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	2
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичних занять № 17-18. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль логістичного сервісу в диференціації маркетингових пропозицій підприємства. Значення клієнтських очікувань для формування логістичних стандартів сервісу. Вплив логістичної прозорості на довіру клієнтів до бренду.	2
	Практичні заняття № 17-18 Розв’язання практичних та ситуаційних завдань щодо управління клієнтським сервісом у маркетинговій логістиці.	8
		4
Формування системи знань щодо видів, джерел і способів мінімізації ризиків у сфері маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь виявляти, аналізувати та управляти ризиками в процесах маркетингової логістики.	Тема 11. Ризики в маркетинговій логістиці Лекція № 19 План лекції: 1. Види ризиків у маркетингово-логістичних процесах (ринкові, операційні, фінансові). 2. Методи оцінки та управління ризиками. 3. Вплив ризиків на маркетингові та логістичні рішення. 4. Розробка планів реагування на логістичні збої. Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	2

	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичного заняття № 19. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль стратегічного планування в управлінні маркетинговими та логістичними ризиками. Значення диверсифікації постачальників для зниження ризиків у маркетинговій логістиці. Вплив зовнішніх економічних факторів на маркетингово-логістичні операції.	4
	Практичне заняття № 19 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо управління ризиками в маркетинговій логістиці.	2
Формування системи знань щодо актуальних змін, інноваційних технологій і трендів у сфері маркетингової логістики. Набуття навичок і вмінь адаптувати діяльність підприємства до новітніх викликів і впроваджувати інновації в маркетингову логістику.	Тема 12. Сучасні тенденції та інновації в маркетинговій логістиці Лекція № 20 План лекції: 1. Вплив глобалізації та e-commerce на маркетингову логістику. 2. Застосування зеленої логістики та сталого розвитку. 3. Інновації в логістиці.	2
	Лекція № 21 План лекції: 1. Перспективи розвитку маркетингової логістики в умовах цифрової економіки. 2. Інтеграція принципів сталого розвитку в маркетингову логістику: зменшення вуглецевого сліду та оптимізація ресурсів. 3. Євроінтеграція в маркетинговій логістиці: гармонізація логістичних процесів із європейськими стандартами та регуляціями.	2
	Рекомендовані джерела: Основні: 1–5; Додаткові: 6–43; Інтернет-ресурси: 44–49.	
	Самостійна робота здобувачів: Вивчення та доповнення матеріалів лекції, підготовка до практичних занять № 20-21. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Роль цифрових екосистем у трансформації маркетингово-логістичних процесів. Значення персоналізованих логістичних рішень для сучасних маркетингових стратегій. Вплив соціальних трендів на інтеграцію маркетингу та логістики в цифровій економіці.	8
	Практичні заняття № 20-21 Розв'язання практичних та ситуаційних завдань щодо сучасних тенденцій та інновацій в маркетинговій логістиці.	4
Індивідуальне завдання		16
РАЗОМ:		180/6

III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Жарська І. О. Логістика: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2019. 209 с. URL: <https://cutt.ly/R6pIjEh> (дата звернення: 5.03.2025).
2. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Логістика. Теоретичні основи: навч.-метод. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2019. 144 с. URL: <https://cutt.ly/u6pIFqV> (дата звернення: 5.03.2025).
3. Марченко В. М., Шутюк В. В. Логістика: Підручник. 2-ге вид., доповн. Київ: НУХТ, 2022. 334 с. URL: <https://cutt.ly/q6pIL2S> (дата звернення: 5.03.2025).
4. Поліщук І. І., Довгань Ю. В. Логістика: опорний конспект лекцій / авт.: Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 128 с.
5. Смерічевська С. В., Жаболенко М. В., Чернишева С. В. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: навч. посіб. 3-тє вид., стер. Львів: Магнолія 2006, 2019. 547 с.

Додаткові:

6. Гірна О. Ланцюг поставок: оцінювання надійності постачальника. Економіка та суспільство. 2022. № 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1574/1515> (дата звернення: 5.03.2025).
7. Гоменюк М. О. Розвиток логістики на основі впровадження процесів діджиталізації. Ефективна економіка. 2020. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/53.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
8. Городецька Т. Б., Іващенко А. Г. Інноваційне оновлення транспортно-експедиторської діяльності підприємства. Економіка, фінанси, право. 2020. № 4. С. 6–12.
9. Гринюк Н. А., Спірідонов Д. С. Теоретичні підходи до функціонування міжнародних логістичних систем. Економіка та держава. 2021. № 12. С. 130–134. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2021/24.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
10. Гук О., Кучма О., Мельник А. Необхідність застосування інноваційних логістичних процесів для розвитку сучасних підприємств. Економіка та суспільство. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/703/676> (дата звернення: 5.03.2025).
11. Гуренкова О. В., Дем'яненко С. В. Світовий досвід розвитку логістичних підприємств. Ефективна економіка. 2018. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/44.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
12. Довгань Ю. В., Довгань Л. І. Компетентнісний підхід до підготовки фахівців з логістики та управління ланцюгами поставок. Професійна компетентність педагога в умовах оновлення змісту освіти та вимог ринку праці (з акцентом на особливості воєнного часу: Матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф., 26 січня 2023 р., Вінниця. Вінниця: ВСП «ВТЕФК ДТЕУ», ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2023. С. 30–33.

13. Довгань Ю. В. Експортні можливості формування логістичного ланцюга поставок продукції національних олійно-жирових підприємств. *Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: зб. тез доп. VI Всеукр. наук.-практ. інт. конф., 22 жовт. 2019 р. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. С. 13–16.
14. Довгань Ю. В. Інтеграція логістики та маркетингу в системі управління підприємством. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України*: зб. наук. пр. X Міжнар. наук.-практ. конф. 06-07 жовтня 2022 р. Вінниця, 2022. Ч. 3. С. 108–114.
15. Довгань Ю. В. Логістичні можливості зростання експорту рослинних олій. *Економічні читання*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 19 лют. 2021 р. Харків: ХНАУ, 2021. С. 363–363.
16. Довгань Ю. В. Маркетингова та логістична складові діяльності олійно-жирових підприємств. *Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики*: матер. VIII міжнарод. наук.-практ. internet-конф. з міжнар. уч., 12 лист. 2020 р. Харків: НФаУ, 2020. С. 50–51.
17. Довгань Ю. В., Мельник Ю. В. Фактори розвитку «зеленої» логістики в Україні. *Динаміка розвитку сучасної науки*: матер. Міжнар. наук. конф., 15 лист. 2019 р. Чернігів: МЦНД, 2019. Т. 2. С. 67–69.
18. Довгань Ю. В. Модель компетентностей сучасних логістів. *Сучасні технології комерційної діяльності і логістики*: Зб. Матеріалів II Міжнар. наук.-практ. інтерн.-конф., 3 листопада 2022 р. Київ. Київ: КНЕУ, 2022. С. 77–78.
19. Довгань Ю. В. Формування маркетингово-логістичної взаємодії в управлінні підприємствами. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України*: зб. наук. пр. IX Міжнар. наук.-практ. конф., 14-16 вер. 2021 р. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 107–113.
20. Довгань Ю. В., Штодько Т. В. Особливості організації логістичної діяльності інноваційно-орієнтованих підприємств. *Інновації науки ХХІ століття, XXXVI*: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. інт. конф., 18 лист. 2019 р. Вінниця, 2019. Ч. 1. С. 73–75.
21. Дяченко О. Ф., Кириченко О. М., Попова Ю. М. Аналіз зарубіжного досвіду управління логістичною діяльністю підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 53. С. 3–7. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/53_2021/3.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
22. Завербний А., Дуліт З., Вуєк, Х Особливості формування логістичних ланцюгів в умовах війни та у післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1750/1686> (дата звернення: 5.03.2025).
23. Ковалик О. А., Велєва О. А. Характеристика транспортно-логістичного забезпечення діяльності підприємств України. *Економіка, фінанси, право*. 2020. № 6. С. 22–24.

24. Кривешко О. В., Шпарик Я. Я., Мельник Н. В. Особливості управління запасами в кризових умовах. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2022/95.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
25. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
26. Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.
27. Ляліна Н. С., Матвієнко-Біляєва Г. Л., Панчук А. С. Впровадження сучасних методів логістики в підприємницькій діяльності. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 2 (19). С. 118–124. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-20>.
28. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Управлінські підходи до оптимізації логістики постачання. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 53. С. 62–66. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/53_2021/14.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
29. Озарко К., Челомбитько В. Особливості управління логістикою за кризових умов господарювання: інформаційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1917/1845> (дата звернення: 5.03.2025).
30. Пешко М., Завербний А. Проблеми та перспективи зміни ланцюгів поставок з метою мінімізування втрат під час війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1769/1705> (дата звернення: 5.03.2025).
31. Поліщук І. І., Громова О. Є., Довгань Ю. В. Логістизація маркетингової діяльності олійно-жирових підприємств харчової галузі. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2020. № 1 (65). С. 43–50.
32. Поліщук І. І., Довгань Ю. В., Боровська О. Г. Взаємодія маркетингу та логістики в управлінні підприємством. *Scientific Letters of International Academic Society of Michal Baludansky. Slovakia*. 2021. Vol. 9. № 2/2021. С. 20–23.
33. Поліщук І. І., Довгань Ю. В. Логістична компетентність як складова ефективності логістики. *Modern Economics*. 2021. № 28 (2021). С. 118–124. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V28\(2021\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V28(2021)-18).
34. П'ятницька Г. Т., Шевчун М. Б. Логістичні процеси в торгівлі: систематизація наукових поглядів та оцінювання впливу на управління підприємствами. *Бізнесінформ*. 2020. № 7. С. 322–330. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-322-330>.
35. Ремзіна Н. Особливості управління ланцюгами постачання в умовах кризових явищ. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2023. № 1(82). С. 110–124. URL: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2023-1-110-124> (дата звернення: 5.03.2025).

36. Реніч Т. А. Особливості використання логістичної концепції у логістиці кризових ситуацій. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/56.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
37. Смирнов І., Косарева Т. Транспортна логістика. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 224 с.
38. Тесніков О., Фурсова В. Фактори впливу на функціонування системи логістичного забезпечення Збройних Сил України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1613/1550> (дата звернення: 5.03.2025).
39. Шостак Л. В., Мохнюк А. М. Розвиток інтернет-бізнесу як важливого елементу комунікації в логістиці. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 60. С. 123–127. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/60_2021/25.pdf (дата звернення: 5.03.2025).
40. Polishchuk I. I., Dovhan Yu. V., Korol I. V. Logistics and marketing support improvement in the export supply chain. *Інноваційна економіка*. 2021. № 5–6 (88). С. 99–104. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.5-6.14>.
41. Polishchuk I., Dovhan Y., Kramar I., Dovhan L., Yakushevska O. Marketing Logistics and its Digitalization. *Proceedings of the 12th International Conference on Applied Innovations in IT*. 2024. Vol. 12. Issue 2. P. 199–205. DOI: <https://doi.org/10.25673/118134>.
42. Polishchuk I. I., Hromova O. Y., Dovhan Y. V. Logistics and marketing support of the global supply chain. *Глобалізаційні виклики розвитку національних економік: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 жовт. 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ, 2021. С. 333–336*.
43. Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Dovhan L., Novytskyi R. Training of Future Logistics and Supply Chain Managers: A Competency Approach. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2023. Vol. 1 (48). P. 427–440. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3946>.

Інтернет-ресурси:

44. Журнал «Сучасні рішення в логістиці та дистрибуції». URL: <https://trademaster.ua/zhurnal/32>
45. Європейська логістична асоціація. URL: <http://www.elalog.org>
46. Логістичний портал Logistic Point. URL: <https://logisticpoint.net/>
47. Логістичні послуги. URL: <http://www.eurolog.com>
48. Система управління навчанням Moodle Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ. URL: <http://m.vtei.edu.ua/>
49. Український логістичний альянс. URL: <http://www.ula-online.org>