

Український державний університет залізничного транспорту

Рекомендовано
на засіданні кафедри
економіки та управління
виробничим і комерційним
бізнесом
прот. № 1 від 18 вересня 2023 р.

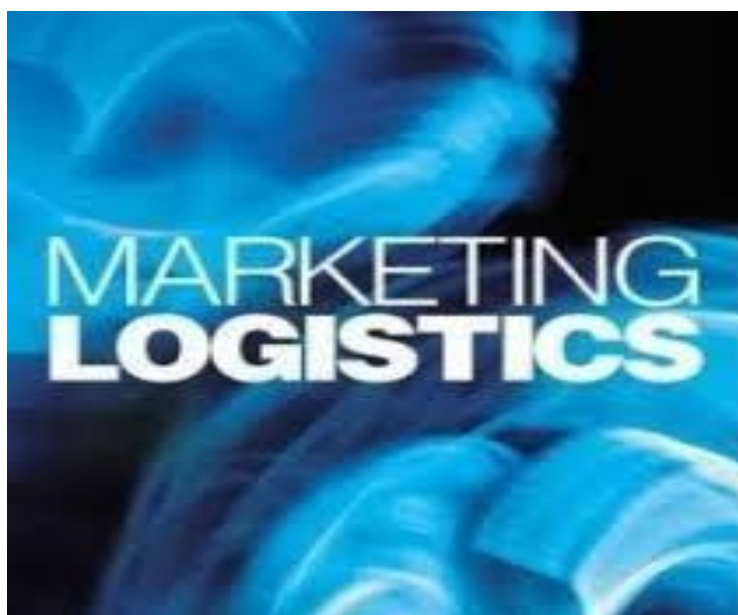
СИЛАБУС З ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА
I семестр 2023-2024 навчального року

освітній рівень перший (**бакалавр**)
галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 051 Економіка
освітня програма економіка підприємства (ЕП)

Час та аудиторія проведення занять: згідно розкладу - [http://
rasp.kart.edu.ua/](http://rasp.kart.edu.ua/)

1. Команда викладачів:

Лектор: Волохов Володимир Анатолійович (кандидат економічних наук, доцент), Контакти: +38 (057) 730-10-47, e-mail: Ekonom.77@ukr.net
Години прийому та консультації: кожен понеділок з 13.00-14.00 Розміщення кафедри: місто Харків, майдан Фейербаха, 7, 3 корпус, 4 поверх, 410 аудиторія.
Веб сторінка курсу: http://do.kart.edu.ua/ Додаткові інформаційні матеріали: http://metod.kart.edu.ua



МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА

I семестр 2023-2024 навчального року

Лекції: згідно розкладу

Практика: згідно розкладу

Команда викладачів:

Лектор: Волохов Володимир Анатолійович

Контакти: +38 (057) 730-10-47, e-mail: Ekonom.77@ukr.net

Години прийому та консультацій: понеділок 13.00-14.00

Маркетинг і логістика є тими сферами, які безпосередньо стосуються обслуговування клієнта через ідентифікацію і виконання його потреб. Бажання задовольнити зростаючі потреби клієнтів стає причиною значного розвитку логістики і маркетингу, що одночасно впливає на спосіб управління ланцюгом поставок, в якому конкурентоспроможними для клієнта стають, наприклад, час поставки, пунктуальність, допомога при розвантаженні і належний стан доставленого вчасно товару. Отже, здатність підприємства до обслуговування клієнта на рівні, який перевищує його очікування, є істотним елементом конкурентної переваги на глобальному ринку.

Головне призначення цього курсу – формування знань про головні завдання, напрямки та функції маркетингової логістики в ринкових умовах.

Курс «Маркетингова логістика» дозволяє сформувати абсолютно нове уявлення щодо проектування та управління каналами розподілу. Поєднання теоретичних положень й узагальнення практичного досвіду розкриває зміст проведення роботи у сфері управління маркетингових систем розподілу в сучасних умовах.

Метою викладання 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.

Завдання курсу:

- 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.

Курс має на меті сформуванню та розвинути наступні **компетентності** студентів:

1. Ціннісно-смыслову компетентність (формування та розширення світогляду студента в області маркетингової логістики, здатність до розуміння актуальності використання маркетингової логістики підприємством будь якої форми власності)

2. Загальнокультурну компетентність (розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами в області застосування та розвитку маркетингової логістики);

3. Навчально-пізнавальну компетентність (формування у студента зацікавленості про стан та перспективи розвитку маркетингової логістики, ефективність впровадження інноваційних засобів маркетингової логістики, питання їх застосування на підприємстві з метою розвитку креативної складової компетентності; здатність студента формувати цілі маркетингу і логістики та, з метою їх вирішення, вміти знаходити рішення у нестандартних ситуаціях в контексті використання сучасних маркетингових комунікацій в Україні).

4. Інформаційну компетентність (розвиток вмінь студента до самостійного пошуку, аналізу, структурування та відбору потрібної інформації в області застосування маркетингової логістики за допомогою сучасних та ефективних інструментів: використання відповідного програмного забезпечення, управління матеріальними та інформаційними потоками).

5. Комунікативну компетентність (розвиток у студента навичок роботи в команді шляхом реалізації групових проєктів в області управління матеріальними та інформаційними потоками).

6. Компетентність особистісного самовдосконалення (елементи фізичного, духовного й інтелектуального саморозвитку, емоційної саморегуляції та самопідтримки; підтримка постійної жаги до самовдосконалення та самопізнання, шляхом постійного пошуку креативних та інноваційних підходів до розвитку маркетингової логістики).

Чому ви маєте обрати цей курс?

Якщо вас цікавить, як прийняти правильне управлінське рішення і забезпечити успіх підприємства на ринку, а також, як підвищити якість його роботи та рівень сервісу, знайти найоптимальніші шляхи рішення виробничих задач, тоді вам обов'язково необхідний цей курс!

Маркетинг і логістика на етапі розподілу продукції не просто доповнюють один одного, а тісно взаємопов'язані і взаємозалежні. Таким чином, сутності логістики та маркетингу тісно переплітаються в процесі задоволення потреб споживачів при оптимальних витратах.

Маркетинг і логістика, два напрямки однієї ланки - економіки, дві гілки, які виростаючи з одного кореня тісно переплітаються на шляху досягнення кінцевої мети - задоволення потреби й одержання максимального прибутку. Протягом всієї діяльності підприємства вони так чи інакше перегукуються один з одним.

Щодо цілей, способів їх досягнення та вирішуваних завдань логістика та маркетинг, по суті, являють собою частини єдиного процесу - процесу задоволення потреб споживачів. В цілому основна діяльність маркетингу, полягає у вивченні ринкової ситуації, а саме попиту на товари і послуги, піднімаю планку якості до рівня повної задоволеності потенційних споживачів. У той час, як логістика займається безпосередньо забезпеченням всієї цієї маркетингової діяльності організації. Завдяки логістиці здійснюється поставка товарів і послуг споживачам в місце і час, зручний для них, а також доставка товарів і послуг потрібної якості за взаємовигідним цінами. Крім того логістика забезпечує і саме підприємство-виробника матеріалами та засобами за вигідною ціною, у зручний для нього місце і час для виготовлення товарів та надання послуг.

Поширена формула «маркетинг формує попит, а логістика його реалізує», що відображає певну взаємопов'язаність маркетингу та логістики.

Маркетинг може сприяти активізації попиту, сприяти інформуванню ринку про товар. Але власне попит - об'єктивний, він формується на ринку, його носіями є споживачі. Логістика реалізує попит.

Маркетинг і логістика - самостійні і взаємопов'язані галузі наукових знань і практичної діяльності. Основним об'єктом розгляду в маркетингу є споживач і його потреби. Логіка маркетингу - необхідно вивчити ринкову ситуацію і сформувати комплекс взаємопов'язаних рекомендації щодо продукту, ціни, збуту і просування продукту на ринок. У логістиці основним об'єктом вивчення є потоки - матеріальні, інформаційні, фінансові та ін. Логіка логістики - необхідно так організувати матеріальні та інші потоки, щоб необхідний споживачеві товар потрібної якості та кількості був доставлений в призначений час з мінімальними витратами.

Курс «Маркетингова логістика» спрямований на набуття глибоких практичних навичок у майбутніх фахівців системних знань і розуміння концептуальних основ маркетингової логістики, теорії й практики розвитку цього напрямку та набуття навичок самостійної роботи щодо застосування навчального матеріалу стосовно сучасних методів управління матеріальними та іншими потоками.

Здобувачі освіти зможуть реалізувати себе в розробці сучасних концепцій маркетингу і логістики, застосуванні маркетингу і логістики в системі управління підприємством, визначенні ефективності залучення технологій маркетингової логістики, застосуванні інструментарію маркетингової логістики в проектуванні каналів розподілу

Від здобувачів очікуються:

- базові знання з дисциплін «Логістика» і «Маркетинг»;
- розуміння основ маркетингової та логістичної діяльності;
- наявність логічного мислення при розв'язанні логістичних задач;
- вміння 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.

Команда викладачів готова надати будь-яку допомогу з найбільш складними та проблемними аспектами курсу по електронній пошті і особисто - у робочий час.

Організація навчального процесу

Курс «Маркетингова логістика» вивчається на 2-му році денної/заочної повної форми навчання бакалавра та забезпечує:

- глибоке розуміння основних теоретичних понять маркетингової логістики;

- набуття практичних навичок з вирішення прикладних проблем маркетингової логістики.

Курс складається з однієї лекції та практичного заняття щотижня . Він супроводжується текстовим матеріалом, презентаціями та груповими завданнями. Студенти матимуть можливість застосовувати отримані знання та вирішувати практичні завдання протягом обговорень в аудиторії та розробки проектів з вирішення складних проблем логістики. В рамках курсу передбачаються лекції запрошених роботодавців.

Практичні заняття з курсу передбачають вивчення прийомів та методів, які дозволять сформувати базу знань, умінь та навичок з розв'язання прикладних проблем логістики. Виконання завдань супроводжується зануренням у суміжні дисципліни, що доповнюють теми, та формують у студента інформаційну та комунікативну компетентності.

Теми курсу за модулями

Модуль 1.

Змістовий модуль 1 Методологічні аспекти маркетингової логістики

Тема 1 Маркетингова логістика як інструмент ринкової економіки. Зміст та структура курсу

Тема 2 Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в маркетинговій логістиці

Тема 3 Логістичні системи та принципи їх утворення в маркетинговій логістиці

Тема 4 Реалізація задач маркетингу в закупівельній логістиці.

Тема 5 Маркетингова політика у виробничій логістиці

Модуль 2.

Змістовий модуль 2 Управління розподілом на підприємстві

Тема 6 Маркетингова політика збуту в логістиці

Тема 7 Маркетингові стратегії логістики запасів. Необхідність утворення системи запасами.

Тема 8 Застосування принципів маркетингу в логістиці складування

Тема 9 Маркетингова логістика транспортних процесів

Тема 10 Інформаційна логістика маркетингового забезпечення.

Маркетингова логістика схема курсу

Поміркуй	Лекції	Виконай
	Запрошені лектори	
	Довідковий матеріал	
	Презентації	
	Обговорення в аудиторії	
	Групові завдання	
	Індивідуальні завдання	
	Індивідуальні консультації	
	Іспит	

Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://kart.edu.ua>), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу.

Додатковий матеріал та посилання на електронні ресурси доступні на сайті Університету у розділі «Дистанційне навчання» поряд із питаннями, над якими необхідно поміркувати під час підготовки для обговорення в аудиторії. Необхідна підготовка повинна бути завершена до початку наступної лекції. Ви повинні бути готовими до дискусій та мозкових штурмів – ми хочемо знати, що ви думаєте!

Приклади питань для обговорення доступні на слайдах відповідних презентацій. Ось деякі з них:

1. Проблеми і перспективи маркетингової політики розподілу в Україні.
 2. Місце політики розподілу в комплексі маркетингу підприємства.
 3. Формування стратегії розподілу на підприємстві.
 4. Особливості діяльності посередників на промисловому ринку.
 5. Критерії вибору збутових посередників підприємством
- Додаткові ресурси курсу: <https://pidruchniki.com/logistika/>

Лекції та практичні заняття Денна форма здобуття освіти

Тиждень	Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
2	2	Маркетингова логістика як інструмент ринкової економіки. Зміст та структура курсу	2	Необхідність раціонального використання матеріальних ресурсів. Розрахунок норм витрат матеріальних ресурсів
4	4	Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в маркетинговій логістиці	4	Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в маркетинговій логістиці
4	4	Логістичні системи та принципи їх утворення в маркетинговій логістиці	4	Типи логістичних системи Розв'язання задач на визначення повної вартості товарів
2	2	Реалізація задач маркетингу в закупівельній логістиці процесів	2	Розв'язання задач з закупівельної логістики
		Маркетингова політика у виробничій логістиці		Розв'язання задач з виробничої логістики
Модульний контроль знань				
4	4	Маркетингова політика збуту в логістиці	4	Розв'язання задач

	4	Маркетингові стратегії логістики запасів. Необхідність утворення системи запасами.	4	Розв'язання задач на визначення потреби до витрат та потреби до заготівлі
	4	Застосування принципів маркетингу в логістиці складування	4	Розв'язання задач на визначення основних показників роботи складів та їх аналіз
	2	Маркетингова логістика транспортних процесів	2	Розв'язання задач з транспортної логістики
	2	Інформаційна логістика маркетингового забезпечення.	2	Інформаційна логістика маркетингового забезпечення.
Модульний контроль знань				

Заочна форма здобуття освіти

Тиждень	Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
1	2	Маркетингова логістика як інструмент ринкової економіки. Зміст та структура курсу	2	Необхідність раціонального використання матеріальних ресурсів. Розрахунок норм витрат матеріальних ресурсів.
2	2	Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в маркетинговій логістиці	2	Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в логістиці
3	2	Маркетингова політика збуту логістиці	2	Розв'язання задач з розподільчої та транспортної логістики
4	2	Маркетингова логістика транспортних процесів		
5	2	Реалізація задач маркетингу в закупівельній логістиці Маркетингова політика у виробничій логістиці		

Правила оцінювання

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента, оцінка, виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до національної шкали (5, 4, 3,) та шкали ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО – 5	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	Задовільно - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E

НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F

Завдання на самостійну роботу:

- Студентам пропонується обрати один з 8 варіантів тем для створення власного проекту впродовж семестру. За вчасне та вірне виконання завдання нараховується **20 балів до поточного модульного контролю**. За невиконане завдання бали не нараховуються. Необхідний обсяг виконання завдання складає 50% на перший модульний контроль і 100% на другий модульний контроль. Пербіг поточного виконання завдання та питання для обговорення надсилаються на e-mail викладача або перевіряються ним особисто.
- Студенти мають прорецензувати одну роботу іншого студента або групи впродовж семестру очно та висловити свої критичні зауваження.

Теми проектів	
1	Сутність і значення маркетингової політики розподілу
2	Товарний рух і механізми використання каналів розподілу
3	Розподіл на промисловому підприємстві
4	Оптова і роздрібна торгівля в каналах розподілу
5	Державна закупівля та державне замовлення
6	Вибір маркетингової політики і каналів розподілу
7	Вибір оптимального каналу розподілу
8	Конкуренція в каналах розподілу

Ступінь залученості:

Мета участі в курсі – залучити вас до дискусії, розширити можливості навчання для себе та своїх однолітків та дати вам ще один спосіб перевірити свої погляди на питання ринкових відносин в сучасних умовах. Участь буде оцінюватися на основі кількості та вірності ваших відповідей. Питання, хоча й заохочуються, однак не оцінюються в цьому блоці. Ми намагаємося надати всім студентам рівні та справедливі можливості для підвищення власної залученості. **Максимальна сума становить 10 балів.**

Практичні заняття:

Оцінюються за відвідуваннями (до 3 балів), ступенем залученості (до 7 балів) та стислою презентацією виконаного завдання (до 5 балів). Ступінь залученості визначається участю у роботі дискусійного клубу з питань застосування логістичних технологій. **Максимальна сума становить 15 балів.**

Якщо студент пропустив практичне заняття для отримання балів за нього він повинен самостійно відпрацювати матеріал, що розглядався на занятті; виконати індивідуальне завдання – підготувати доповідь відповідно до теми календарного плану. Доклад оцінюється максимально **до 5 балів.**

Модульне тестування:

Оцінюються за вірними відповідями на тестові модульні питання (15 питань в тесті, кожна вірна відповідь оцінюється в 2,7 бали). **Максимальна кількість становить 40 балів за модуль.**

Іспит:

Студент отримує іспит за результатами модульного 1-го та 2-го контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент становить 100 (до 60 балів поточного контролю та до 40 балів тестування). Середнє арифметичне суми модульних оцінок складає екзаменаційний бал. Якщо студент не погоджується із запропонованими балами він може підвищити їх на екзамені, відповівши на питання викладача (додаток 1).

Програмні результати навчання

Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання дисципліни «Маркетингова логістика»

Результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
<p>РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p>	<p>Виконання студентами індивідуального завдання щодо розробки заходів управління матеріальними та інформаційними потоками</p>	<p>Поточне оцінювання під час практичних занять</p>
<p>РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p>	<p>Проблемний виклад матеріалу щодо застосування інструментів комплексу маркетингової логістики на прикладі взаємодії маркетингу і логістики</p>	<p>Поточне оцінювання під час практичних занять</p>
<p>РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>	<p>Виконання студентами індивідуального творчого завдання щодо управління запасами підприємства (АВС XYZ аналіз)</p>	<p>Перевірка ІНДЗ</p>

Команда викладачів

Волохов Володимир Анатолійович (<http://kart.edu.ua/kafe-m-ua/kolectuv-kafedru-m-ua>) – лектор з питань прикладних проблем маркетингу і логістики

Освіта: Харківська державна академія залізничного транспорту, 1999 р., спеціальність «Транспортний менеджмент», інженер-економіст. Кандидат економічних наук з 2008 року. Дисертацію захистив у спеціалізованій вченій раді Д 64.820.05 при Українській державній академії залізничного транспорту за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», номер диплома ДК № 046868., тема дисертації «Удосконалення ціноутворення на вантажні залізничні перевезення на основі логістичного підходу». Напрямки наукової діяльності: удосконалення ціноутворення на вантажні залізничні перевезення.

Кодекс академічної доброчесності

Порушення Кодексу академічної доброчесності Українського державного університету залізничного транспорту є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним. Кодекс доступний за посиланням:

<http://kart.edu.ua/documentu-zvo-ua>

Зокрема, дотримання Кодексу академічної доброчесності УкрДУЗТ означає, що вся робота на іспитах та заліках має виконуватися індивідуально. Під час виконання самостійної роботи студенти можуть консультуватися з викладачами та з іншими студентами, але повинні самостійно розв'язувати завдання, керуючись власними знаннями, уміннями та навичками. Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залучення до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікаційних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням: <http://do.kart.edu.ua/>

**Питання з дисципліни «Маркетингова логістика» для проведення
екзамену**

1. Поняття маркетингової логістики як самостійної науки і сфери професійної діяльності
2. Етапи розвитку маркетингової логістики
3. Об'єкт і предмет дослідження маркетингової логістики
4. Логістична система
5. Макрологістична система
6. Мікрологістична система
7. Функціональні області логістики
8. Система обліку витрат по процесах
9. Система обліку витрат по функціях
10. Економічна ефективність використання логістики.
11. Поняття логістичної і технологічної операції.
12. Логістична функція. Логістичні витрати Логістичний ланцюг.
13. Види матеріальних потоків.
14. Логістична система
15. Методи і моделі теорії логістики
16. Класифікація логістичних систем.
17. Інформаційна логістика
18. Основні етапи рішення задачі вибору постачальника.
19. Основні задачі логістики закупівель.
20. Оцінка рейтингу постачальника.
21. Сутність закупівельної логістики.
22. Рішення задачі оптимальної партії закупівель.
23. Відмінність логістичного походу до управління матеріальними ресурсами від традиційного.
24. Рівні формування логістики.
25. Механізм функціонування закупівельної логістики
26. Визначення потреби в матеріальних ресурсах
27. Логістична концепція організації виробництва
28. Критерії оцінки постачальників при здійсненні закупівель
29. Вимоги до організації і управління матеріальними потоками
30. Логістика виробничих процесів
31. Поняття розподільної (збутовою) логістики
32. Канали розподілу товарів Штовхаючі системи, що тягнуть, у виробничій логістиці
33. Призначення запасів в логістичній системі.
34. Показники, які використовують в управлінні запасами.
35. Задача «зробити або купити» у виробничій логістиці.
36. Логістика запасів
37. Форми руху товару в розподільній логістиці
38. Логістика складування
39. Суть і задачі транспортної логістики
40. Логістичні канали і логістичні ланцюги.
41. Вибір виду транспортного засобу для перевезення з мінімальними витратами.

42. Логістика сервісного обслуговування
43. Рівні формування логістики
44. Транспортно – експедиційні логістичні послуги.
45. Логістичні центри
46. Аналіз ABC, XYZ в логістиці запасів.
47. Правило Парето
48. Глобалізація процесів логістики
49. Місце і роль запасів в логістичній системі.
50. Основні проблеми складування матеріальних ресурсів в логістиці
51. Економічний зміст розподільчої логістики
52. Основні форми організації розподільчої логістики
53. Основні види логістичних запасів
54. Визначення розміру замовлення
55. Види і функції складів в логістичній системі
56. Основні проблеми складування матеріальних ресурсів в логістиці
57. Інформаційні системи в логістиці
58. Види інформаційних систем в логістиці
59. Інформаційні потоки в логістиці
60. Логістична концепція роботи транспортних підприємств.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література до всіх тем:

1. Волохов, В.А., Маркова, І.В., Сторожилова, У.Л. Конспект лекцій «Логістика» Частина 1 [Текст]: Харків: УкрДАЗТ, 2010. – 46 с.
2. Волохов В.А., Маркова І.В., Сторожилова, У.Л. Конспект лекцій «Логістика». Частина 2 [Текст]: Харків: УкрДАЗТ, 2010. – 42 с.
3. Волохов В.А., Маркова І.В., Сторожилова, У.Л. Методичні вказівки до практичних занять та контрольної роботи з дисципліни «Логістика» [Текст]: Харків: УкрДАЗТ, 2011. – 26 с.
4. Логістика на залізничному транспорті [Текст]: навч. посібник. - УкрДУЗТ, 2018. - 219 с.
5. Дейнека, О.Г. Менеджмент на залізничному транспорті [Текст]: О.Г. Дейнека, Л.О. Позднякова, О.Л. Васильєв та ін. - Харків: УкрДАЗТ, 2010. – 300 с.
6. Волохова І.В., Волохов В.А., Біліченко Ю.В. Система логістичного менеджменту у забезпеченні ефективності діяльності підприємств залізничного транспорту [Електронний ресурс] / І.В. Волохова, В.А.Волохов, Ю.В. Біліченко // Приазовський економічний вісник.- 2019.- Вип. №4(15). - Режим доступу: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/4_15_uk/14.pdf
7. Волохов В.А., Волохова І.В., Чебанова О.П. Ціноутворення на вантажні перевезення залізничним транспортом в системі логістики // Актуальні проблеми логістики та дистрибуції: Колективна монографія. – Київ: Студцентр, 2021. 200с.
8. Волохова І. В., Волохов В. А., Жовтяк Г. А. Логістичні системи залізничного транспорту в умовах інклюзивного розвитку [Електронний ресурс] / І.В. Волохова, В.А. Волохов, Г.А. Жовтяк // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Інклюзивний розвиток економіки в умовах глобальних викликів сьогодення». Інтернет – конференції ХНУМГ ім. О.М.Бекетова. Режим доступу: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/view/2433/2312>
9. Волохов В.А., Волохова І.В., Чебанова О.П. Удосконалення логістичних систем залізничного транспорту // Тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної

конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». – Львів: Національний унів-т «Львівська політехніка», 2020. – С. 31

10. Волохов В.А., Волохова І.В., Жовтяк Г.А. Логістичні системи залізничного транспорту в умовах інклюзивного розвитку // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Інклюзивний розвиток економіки в умовах глобальних викликів сьогодення». Інтернет – конференції ХНУМГ ім. О.М.Бекетова. Режим доступу: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/view/2433/2312>

11. Волохов В.А., Волохова І.В., Попова В.В. Логістичний менеджмент в системі економічних трансформацій на залізничному транспорті // Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (31 жовтня 2020 року). Харків, 2020. - 481 с. – С. 20-22

Додаткова література до всіх тем:

1. Крикавський, Є.В. Логістика. Основи теорії : підручник [Текст] / Є.В. Крикавський. - вид. допов. і переробл. - Л.: Вид-во нац. ун-ту «Львів, політех.»; Інтелект-Захід, 2006. - 4561

2. Крикавський, Є.В. Логістика: компендіум і практикум : навч. посіб. [Текст] / Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Н.В. Чернописька. - К. : Кондор, 2006. - 340 с.

3. Кальченко, А.Г. Логістика: навч. посіб. [Текст] / А.Г. Кальченко. - К.: Київ. нац. екон. ун-т, 2006. -

4. Пономарьова Ю.В. Логістика : навч. посіб. [Текст] / Ю.В. Пономарьова. - К. : Центр навч. 2005. - 328 с.

5. Сумець, А.М. Логістика: Теория, ситуации, практические задания [Текст] / А.М. Сумець. - К. : Хай-Тек Пресс, 2008. - 320 с.

6. Уотерс, Д. Логістика. Управление цепью поставок [Текст] / Д. Уотерс : пер. с англ. ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 503 с.

7. Аникин, Б.А. Логістика: тренинг и практикум : учеб. пособие [Текст] / Б.А. Аникин, Т.А. М.: ТК Велби ; Проспект, 2007 - 448 с.

8. Москвітіна, Т.Д. Торговельна логістика : навч. посіб. [Текст] / Т.Д. Москвітіна. - К. : торг.-екон. ун-т, 2007. - 161 с.

9. Волохов В.А., Волохова І.В., Парамей О.А. Ефективність впровадження інноваційних заходів на підприємствах промислового залізничного транспорту// Тези доповідей п'ятнадцятої науково – практичної міжнародної конференції «Міжнародна транспортна інфраструктура, індустриальні центри та корпоративна логістика» (6-8 червня 2019 р., м. Харків). – Вісник економіки транспорту і промисловості, 2019. - Вип. 66. – С. 21-23

10. Волохова І.В., Волохов В.А., Барський В.І. Логістичне забезпечення глобального руху матеріальних потоків / І.В. Волохова // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник науково-практичних статей. - Харків: УкрДУЗТ, 2018. - Вип. 64. – С. 117-124

Інформаційні ресурси в інтернеті

1. <http://metod.kart.edu.ua/>

2. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. <http://www.ukrexport.gov.ua/>

4. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

5. <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2097-12>