

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛІЯ КЛАСИЧНОГО ПРИВАТНОГО УНІВЕРСИТЕТУ У М. КРЕМЕНЧУК

Кафедра логістичного менеджменту

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ»

КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ ТА ТЕХНІЧНА ДОПОМОГА

Викладачка	Харченко Марина Валеріївна, доцентка закладу вищої освіти кафедри логістичного менеджменту, кандидат економічних наук
Контактний тел.	<u>+38(067)98-99-207</u>
E-mail:	tlanta1680@gmail.com
Сторінка курсу на сайті підтримки навчальних програм КПУ	http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/node/2986
Консультації	<i>Очні консультації:</i> за графіком консультацій викладача, <i>Консультації off-line:</i> шляхом повідомлення на сторінці навчальної дисципліни сайту підтримки навчальних програм філія КПУ http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/node/6151

АНОТАЦІЯ

Навчальна дисципліна «Маркетинг логістичних послуг» є вибірковою для студентів бакалаврської програми спеціальності 073 Менеджмент (освітньої програми: Логістика). Згідно з навчальним планом денної форми навчання вивчення дисципліни заплановано на 8 семестр (4 курс).

Курс передбачає ознайомлення з особливостями вивчення економічних відносин, що виникають в економічному просторі логістики.

Об'єкт і предмет дисципліни: є логістичні процеси, раціоналізація товароруху, економічна ефективність логістичних послуг, предметом є загальні закономірності та особливості розвитку ринку послуг в економічному комплексі з урахуванням особливості послуги як товару; маркетинговий інструментарій на ринку послуг; формування та функціонування механізму маркетингової роботи на підприємствах сфери послуг.

Місце дисципліни у навчальному процесі: навчальна дисципліна входить до блоку вибіркових компонент «Логістика комерційної діяльності»: дисципліна вивчається на основі базової загальноекономічної та правової підготовки студентів, міждисциплінарні зв'язки: ґрунтується на знаннях, отриманих під час вивчення таких навчальних дисциплін: «Маркетинг», «Основи логістики», «Економіка логістики», «Логістичне обслуговування», «Комерційна діяльність», «Управління якістю логістичних робіт і послуг», «Стандартизація

та сертифікація товарів і послуг», «Менеджмент на транспорті», забезпечує базу для засвоєння матеріалу з навчальних дисциплін «Контролінг логістичної діяльності», «Комерційна логістика» та інші.

Освітній процес з дисципліни здійснюється за такими формами: навчальні заняття; самостійна робота; контрольні заходи. Видами навчальних занять згідно з навчальним планом є: лекції; практичні заняття, а також консультації.

Практичні заняття передбачають: при проведенні практичних занять за всіма темами передбачено організувати бесіди по окремих питаннях теми, що розглядається на занятті, порівнювати теоретичний матеріал з реальними подіями, що відбуваються у світі та Україні, обговорювати найоптимальніші шляхи виходу із скрутних положень за різних економічних умов, що панують у суспільстві.

При вивченні дисципліни використовується метод презентації. Для участі в такому практичному занятті студенти готують інформацію щодо різних тем дисципліни «Маркетинг логістичних послуг», та презентують на практичному занятті.

При проведенні практичних занять передбачено здійснювати аналіз реального стану організації та використання логістичного підходу на підприємствах в Україні, проводити різні розрахункові роботи з метою засвоєння основних методів, що дасть можливість здобувачам вищої освіти якомога більше наблизитися до реальної практики на підприємствах, моделювати ситуативні задачі, вирішувати тематичні задачі.

Самостійна робота студентів полягає у засвоєнні вивченого навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, без участі викладача.

Консультації призначені для роз'яснення студентам теоретичних або практичних питань.

Засвоєння навчального матеріалу перевіряється за допомогою поточного контролю, який здійснюється на практичних заняттях у формі усних відповідей, самостійних робіт, тестових завдань, розв'язання практичних завдань та підсумкових тематичних контрольних робіт.

Оцінка якості засвоєння навчальної дисципліни «Маркетинг логістичних послуг» включає проведення проміжного контролю, модульного контролю та складання підсумкового заліку.

Для модульного контролю засвоєння студентами навчального матеріалу, що вивчається під час аудиторних занять і самостійної роботи, передбачено проведення двох модульних контролів, порядок проведення та зміст яких наводиться в робочій програмі навчальної дисципліни з урахуванням наявних засобів діагностики. Для атестації студентів на відповідність їхніх знань з економіки логістики вимогам, викладеним в програмі навчальної дисципліни, а також в робочій програмі навчальної дисципліни «Маркетинг логістичних послуг» створюються фонди засобів педагогічної діагностики, які включають типові завдання, модульні контрольні роботи, тести тощо. Вони повинні забезпечувати об'єктивну оцінку знань, умінь та рівнів набутих компетенцій з освітньо-професійної програми: Логістика.

Підсумковий (семестровий) контроль після завершення 8 семестру здійснюється у формі письмового заліку.

ФОРМАТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Загальна кількість годин – 120 год., у т. ч. 48 годин аудиторних занять і 72 години самостійної роботи студента. Кількість кредитів ECTS – 4.

Всього кредитів	Всього годин	Аудиторних годин	У тому числі			Сам. робота
			Лекц.	Лабор.	Семін. (практ.)	
4	120	56	28	-	28	64

ОЗНАКИ ДИСЦИПЛІНИ

Курс (рік навчання)	Семестр	Цикл підготовки	Нормативна/ вибіркова
4	8	професійна	вибіркова

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг логістичних послуг» є: формування у майбутніх спеціалістів теоретичних знань відносно специфіки послуг та їх місце в економіці, специфіки логістичних послуг та відповідно і маркетингу послуг як специфічного виду діяльності та його інструментарію, висвітлити теоретичні й практичні аспекти маркетингу в діяльності підприємств сфери послуг, а також у продукуванні виробничих послуг.

Завдання навчальної дисципліни:

- проаналізувати етапи еволюції невиробничої сфери в самостійний сектор економіки;
- розкрити природу послуг, які продукуються як підприємствами виробничих секторів економіки, так і підприємствами сектору послуг;
- узагальнити і визначити поняття «сервісне підприємство» як первинна ланка продукування послуги в третинному секторі економіки;
- розкрити маркетингову стратегію виробництва і продажу послуг та логістичного обслуговування покупця, яка базується не тільки на парадигмі, котра полягає у тому, що послуги відрізняються від товарів, а й на пошуку спільних рис товару та послуги, як маркетингових продуктів.

ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- місце сфери послуг в економічній системі;
- ринок послуг і його особливості;
- маркетинговий інструментарій на ринку логістичних послуг;
- послуги з маркетингових досліджень та реалізації плану маркетингу;
- якість та конкурентоспроможність послуг;
- особливості процесу виробництва послуг;
- цінову політику в маркетингу послуг;
- особливості збутової діяльності у сфері послуг;
- особливості комунікацій підприємств послуг.

Після вивчення дисципліни студенти повинні вміти:

- аналізувати етапи еволюції невиробничої сфери в економічному комплексі;
- розкривати природу послуг, які продукуються як підприємствами виробничих секторів економіки, так і підприємствами сектору послуг;
- визначити маркетингову концепцію виробництва і продажу логістичних послуг на практичних заняттях;
- розрізняти транспортні та транспортно-експедиторські послуги;

– визначити розміри виплат по страховим випадкам при страхуванні транспортних засобів і вантажів та міру відповідальності на транспорті.

Відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 073 Менеджмент освітня програма: Логістика вивчення дисципліни «Маркетинг логістичних послуг» сприяє формуванню компетентностей та програмних результатів навчання:

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.

Оперативне і тактичне управління логістичними процесами підприємства, організація комплексного логістичного обслуговування споживачів, організація операційної логістичної діяльності

Загальні компетентності:

ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

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

СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК 8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК 17*. Здатність визначати, планувати, організовувати та контролювати операційну логістичну діяльність в ланцюгах постачання (операції транспортування, вантажопереробки, зберігання, сортування, маркування, консолідації, митного оформлення, інформаційної підтримки тощо).

СК 18. Здатність планувати, організовувати та контролювати операційну логістичну діяльність в ланцюгах поставок (операції транспортування, вантажопереробки, зберігання, сортування, маркування, консолідації, митного оформлення, інформаційної підтримки тощо).

СК 19*. Здатність організації постачання матеріальних ресурсів, збуту готової продукції, управління запасами та логістичної підтримки виробничих та допоміжних процесів.

СК 20*. Здатність забезпечувати рух товарів на основі прийняття оптимальних управлінських рішень щодо вибору інформаційних систем.

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

РН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

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

РН 7. Виявляти навички організаційного проектування.

РН 18.* Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій у сфері управління логістичною діяльністю та ланцюгами постачань.

РН 19.* Демонструвати здатність застосовувати логістичний інструментарій для оцінювання діяльності транспортних, транспортно-експедиційних і логістичних підприємств.

РН 20*. Здатність здійснення оптимізації організаційно-технологічних аспектів управління закупівлями матеріальних ресурсів, логістичної підтримки виробничих процесів,

збуту готової продукції, управління запасами, транспортування і вантажопереробки, складування та логістичного сервісу.

РН 21*. Використовувати навички володіння інформаційними технологіями та інформаційними системами, методиками електронного документообігу для управління логістичними процесами та ланцюгами поставок військових та спеціальних операцій в режимі реального часу, релокації виробництва продукції.

ПЛАН КУРСУ

Назва змістових модулів та тем	Лекц.	Практ (сем.)	Завдання для самостійної роботи
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ОСОБЛИВОСТІ СФЕРИ ПОСЛУГ			
Тема №1. Сфера послуг в економічній системі.	4	4	1. Опрацювання лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: <ol style="list-style-type: none"> 1) У чому відмінність діяльності сервісних підприємств від виробничих? 2) Охарактеризуйте сервісне підприємство як систему та її основні елементи. 3) Розкрийте сутність процесу виробництва послуги та процесу обслуговування покупця послуги. 4) Назвіть складові виконання послуги. 3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури; виконання індивідуального завдання, підготовка реферату, проходження тестування на сайті підтримки навчальних програм.
Тема №2. Ринок послуг і його особливості.	4	4	1. Опрацювання лекційного матеріалу 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: <ol style="list-style-type: none"> 1) Назвіть та розкрийте сутність способів міжнародної торгівлі послуг. 2) З якою метою і у який спосіб здійснюється регулювання торгівлі послугами? 3) З якою метою і у який спосіб здійснюється обмеження в торгівлі послугами? 4) Дайте визначення ринку послуг і наведіть його особливості. 5) Назвіть причини активного розвитку ринку виробничих послуг та виокремлення його у самостійну структуру. 3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури; виконання індивідуального завдання, підготовка реферату, проходження тестування на сайті підтримки навчальних програм.
Тема №3. Послуги з маркетингових досліджень та реалізації плану маркетингу.	4	4	1. Опрацювання лекційного матеріалу 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: <ol style="list-style-type: none"> 1) Що належить до об'єктів промислової і інтелектуальної власності і як вони характеризуються? 2) Назвіть та схарактеризуйте основні види ліцензій. 3) У чому полягають особливості торгівлі ліцензіями? 4) У чому полягають особливості торгівлі ноу-хау? 5) У чому полягають особливості торгівлі товарним знаком? 6) Розкрийте сутність франчайзингу. 3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури; виконання індивідуального завдання, підготовка реферату, проходження тестування

Назва змістових модулів та тем	Лекц.	Практ (сем.)	Завдання для самостійної роботи
			на сайті підтримки навчальних програм. 4. Виконання тестових завдань на сайті підтримки навчальних програм.
Тема №4. Логістичні послуги із закупівлі та постачання продукції та збуту й експлуатації товару	2	2	1. Опрацювання лекційного матеріалу 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: 1) Розкрийте зміст страхування, страхового продукту, страхового випадку та страхового платежу. 2) Що належить до загальних об'єктів страхування? 3) Що входить до поняття «авіаційне страхування»? 4) Дайте визначення матеріальної, цивільної та адміністративної відповідальності. 3. Підготовка до модульної контрольної роботи за темами 1- 4
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ НА РИНКУ ПОСЛУГ			
Тема №5. Конкуренція та конкурентоспроможність послуг.	4	4	1. Опрацювання лекційного матеріалу, 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: 1) Які фактори використовують для сегментування ринку послуг за соціально-психологічними принципами? 2) Назвіть види попиту на послуги. 3) Надайте характеристики які визначають ефективний сегмент ринку послуг. 4) Дайте визначення якості та конкурентоспроможності послуги з маркетингових позицій. 5) Які ви знаєте види категорій визначення якості, чим вони відрізняються одна від одної? 3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури; виконання індивідуального завдання, підготовка реферату, проходження тестування на сайті підтримки навчальних програм. 4. Виконання тестових завдань для самоперевірки
Тема №6. Процес та учасники продукування послуг.	4	4	1. Опрацювання лекційного матеріалу, 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: 1) Висвітліть роль покупця та сервісного службовця в процесі надання послуги. 2) Чому з позицій маркетингу контактний та допоміжний персонал сервісного підприємства слід розглядати як єдиний людський ресурс? 3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури; виконання індивідуального завдання, підготовка реферату, проходження тестування на сайті підтримки навчальних програм. 4. Виконання тестових завдань для самоперевірки
Тема №7. Фізичне оточення та цінова політика маркетингу логістичних послуг.	2	2	1. Опрацювання лекційного матеріалу 2. Самостійне опрацювання теоретичних питань: 1) Як впливає фізичне оточення на якість послуги? 2) Які фактори фізичного оточення сприяють успішній роботі сервісного підприємства? 3) Поясніть, що відноситься до основних видів ринкових цін. 4) Надайте системи маркетингових видів цін. 5) Розкрийте сутність витратного підходу до ціноутворення. 3. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури; виконання індивідуального завдання, підготовка реферату, проходження тестування

5	5	5	5	10	20	5	5	5	5	10	20	100
---	---	---	---	----	----	---	---	---	---	----	----	-----

Шкала оцінювання: 100-бальна, національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		Для заліку, курсового проєкту (роботи), практики	для екзамену
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
67-74	D	задовільно	
60-66	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: Навчальний посібник. / За наук. ред. О. О. Авраменко. Івано-Франківськ, «Лілея НВ», 2015. – 160 с.
2. Альошинський Є.С., Балака Є.І., Шульдінер Ю.В. Транспортний маркетинг та логістика. Ч. 1. Основи транспортного маркетингу та логістики: Конспект лекцій. – Харків: УкрДАЗТ, 2014. 68 с.
3. Бай С. І., Миколайчук І. П., Ціпуринда В.С. Консалтинг: навч. посіб. / С. І. Бай, І. П. Миколайчук, В. С. Ціпуринда. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 432 с.
4. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель: навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.
5. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. – 146 с.
6. Іванова Л. О. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.
7. Ізтелеуова М.С., Гришук І.В., Арімбекова П.М., Тарандушка Л.А. Організація та логістика перевезень: Підручник. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 264 с.
8. Конкурентоспроможністю промислового підприємства: навчальний наочний посібник / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад. Л. П. Артеменко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 188 с.
9. Краузе О.І. Маркетингова діагностика конкурентоспроможності підприємства: консп. лекц. / укл.: О. І. Краузе. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2018. – 85 с.
10. Маркетинг послуг: робочий зошит: навч. посіб. / К.В. Бажеріна, Є.В. Гнітецький; КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 103 с.
11. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. – 200 с.
12. Останкова Л., Літвінов Ю., Літвінова Т., Підгорна О. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посібник. Київ: ЦНЛ, 2017. – 400 с.

13. Падерін І.Д., Сорока К.О., Комарова К.В. Маркетинг: навчальний посібник для студентів вищих навч. закладів. 2-ге вид., перероб. і доп. / І.Д. Падерін, К.О. Сорока, К.В. Комарова; за ред. академіка АЕНУ Н.І. Редіної. – Дніпропетровськ: ДДФА, 2015. – 260 с.
14. Перезовова, І. В. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. / І. В. Перезовова, Н. Б. Юрченко. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. – 256 с.
15. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.
16. Савицька Н.Л. Управління результативністю маркетингу: навчально-методичний посібник. У 2-х ч. Ч.1 / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова. Харків: ХДУХТ, 2018. 116 с.
17. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К.: НАУ, 2019. – 156 с.
18. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова, А.В. Красноусов та ін. Харків: Іванченка І. С., 2017. – 214с.
19. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб.; Нар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2018. – 320 с.
20. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті: навч. посіб. / Д. В. Яцюк. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 296 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

21. <http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики).
22. <http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професіональний журнал.
23. Автоматизація транспортної логістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.armatel.com.ua/solutions/logdep/>.
24. Господарський Кодекс України. – URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
25. Європейська спілка транспортників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.estu.com.ua/news.html>.
26. Закон України «Про автомобільний транспорт». – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>.
27. Закон України «Про транзит вантажів». – URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/tu/1172-14>.
28. Закон України «Про транспортно-експедиторську діяльність». – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1955-15>.
29. Логістична асоціація. / Режим доступу <http://www.clml.org>
30. Логістичні послуги. / Режим доступу <http://www.eurolog.com>
31. Потенціал підприємства: формування та оцінка. URL: <http://www.refine.org.ua/pageid-5425-3.html>.