



МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА

I семестр 2019-2020 навчального року

105-М-Д19 денна форма навчання

106-М-318 заочна форма навчання

освітній рівень перший (бакалавр)

спеціальність

051 Економіка 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

освітня програма

підприємництво, торгівля та біржова діяльність (ПТБД); - підприємництво (П). - економіка підприємства (ЕП); - економічна безпека підприємства (ЕБП).

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 сформувати та розвинути наступні **компетентності** студентів:

1. Ціннісно-сміслову 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 проектів 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 сформуванню 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, застосовуванні 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.

105-М-Д19 денна форма навчання

- кількість кредитів ECTS – 6
- лекції – 30 годин
- практичні заняття – 30 годин – самостійна робота – 60 годин
- загальна кількість годин – 180 – термін викладання – 1 семестр

106-М-318 заочна форма навчання

- кількість кредитів ECTS – 6 – лекції – 10 годин
- практичні заняття – 6 годин

- самостійна робота – година 89 – загальна кількість годин
– 105
- термін викладання – 1 семестр.

Теми курсу за модулями

Модуль 1.

Змістовий модуль 1 Методологічні аспекти маркетингової логістики **Тема**

1 Маркетингова логістика – інструмент ринкової економіки.

Тема 2 Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в логістиці.

Тема 3 Логістичні системи.

Тема 4 Закупівельна логістика. **Тема**

5 Виробнича логістика.

Модуль 2.

Змістовий модуль 2 Управління розподілом на підприємстві **Тема**

6 Розподільча логістика.

Тема 7 Логістика запасів.

Тема 8 Логістика складування.

Тема 9 Транспортна логістика.

Тема 10 Інформаційна логістика.

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	Маркетингова логістика як інструмент ринкової економіки. Зміст та структура курсу	2	Необхідність раціонального використання матеріальних ресурсів. Розрахунок норм витрат матеріальних ресурсів
	4	Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в логістиці	4	Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в логістиці
	4	Розподільча логістика	4	Розв'язання задач з розподільчої логістики
	2	Сутність і задачі транспортної логістики	2	Розв'язання задач з транспортної логістики
	2	Сутність і задачі транспортної логістики	2	Розв'язання задач з транспортної логістики
Модульний контроль знань				
	4	Логістика запасів. Необхідність утворення системи управління запасами	4	Розв'язання задач з логістики запасів
	4	Логістика складування	4	Розв'язання задач на визначення основних показників роботи складів та їх аналіз
	4	Логістичні системи та принципи їх утворення.	4	Логістичні системи. Розв'язання задач на визначення повної вартості товарів
	2	Закупівельна логістика. Особливості застосування закупівельної логістики на залізничному транспорті	2	Розв'язання задач на визначення потреби до витрат та потреби до заготівлі
	2	Виробнича логістика	2	Розв'язання задач з виробничої логістики
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. Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в логістиці	2	Необхідність раціонального використання матеріальних ресурсів. Розрахунок норм витрат матеріальних ресурсів.
2	2	Розподільча логістика	2	Технологічні процеси і управління матеріальними потоками в логістиці
3	2	Сутність і задачі транспортної логістики	2	Розв'язання задач з розподільчої та транспортної логістики
4	2	Логістика запасів. Необхідність утворення системи управління запасами. Логістика складування.		
5	2	Логістичні системи та принципи їх утворення. Закупівельна логістика. Особливості застосування закупівельної логістики на залізничному транспорті. Виробнича логістика		

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	<u>Відмінно</u> – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	<u>Дуже добре</u> – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	<u>Добре</u> – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	<u>Задовільно</u> - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	<u>Достатньо</u> – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E
НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	<u>Незадовільно</u> – 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

Відвідування лекцій:

Бали за цю складову нараховуються взагалі, якщо студент не відвідував більш 50% лекційних занять у модулі без поважних причин. За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. **Максимальна сума становить 15 балів.**

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
Аналізувати фактологічний матеріал	Виконання студентами індивідуального завдання щодо розробки заходів управління матеріальними та інформаційними потоками	Поточне оцінювання під час практичних занять
Добирати фактичний матеріал	Проблемний виклад матеріалу щодо застосування інструментів комплексу маркетингової логістики	Поточне оцінювання під час практичних занять
Бути обізнаним в сучасному стані тенденцій маркетингу і логістики	Виконання студентами індивідуального творчого завдання щодо управління запасами підприємства	Перевірка ІНДЗ
Приймати правильне рішення і вибирати стратегію діяльності	Здатність до захисту своїх прав на базі норм чинного законодавства з демократичних принципів.	Оцінювання під час групової роботи на практичних заняттях

Команда викладачів

Волохов Володимир Анатолійович (<http://kart.edu.ua/kafe-m-ua/kolectuv-kafedrum-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/>

Додаток 1

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.

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. Логистика: Теория, ситуации, практические задания [Текст] / А.М. Сумець. - К. : Хай-Тек Пресс, 2008. - 320 с.
6. Уотерс, Д. Логистика. Управление цепью поставок [Текст] / Д. Уотерс : пер. с англ. ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 503 с.
7. Аникин, Б.А. Логистика: тренинг и практикум : учеб. пособие [Текст] / Б.А. Аникин, Т.А. М.: ТК Велби ; Проспект, 2007 - 448 с.
8. Москвітін, Т.Д. Торговельна логістика : навч. посіб. [Текст] / Т.Д. Москвітін. - К. :

торг.-екон. ун-т, 2007. - 161 с.

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>