



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

«Е-ЛОГІСТИКА»

- дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти
«бакалавр».

Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.

Мета навчальної дисципліни є формування у бакалаврів знань про систему е-логістики як комплексу логістичних процесів, які забезпечуються сучасними інформаційними технологіями, вміння управління цією мережею, володіння навичками оптимізації витрат на переміщення матеріального потоку в цій мережі.

2. Основні завдання навчальної дисципліни «е-логістика»:

- вивчення та освоєння нових методів і форм організації логістичних процесів з використанням сучасних інформаційних технологій;

- ознайомлення з методами оцінки ефективності реалізації логістичних процесів у умовах використання сучасних інформаційних технологій;

- вивчення методів оцінювання ресурсного забезпечення процесів е-логістики.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність працювати в команді.
6. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
7. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
8. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
9. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
10. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
11. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

4. Програмні результати вивчення дисципліни

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

4. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

5. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

6. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

7. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Мета, завдання і функції е-логістики.
2. Моделі та методи е-логістики.
3. Функціональну та забезпечувальну підсистеми е-логістики.
4. Логістичні канали е-логістики та їх структура.
4. Організація безпеки інформаційних систем учасників логістичного ланцюга
5. Інструментарій е-логістики