



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

«ЛОГІСТИКА»

дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою менеджменту

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

Мета навчальної дисципліни є формування системних знань і розуміння концептуальних основ логістики як інструменту ринкової економіки, теорії і практики розвитку цього напрямку та набуття вмінь і навичок ефективного управління матеріальними та іншими потоками в сучасних умовах.

2. Основні завдання навчальної дисципліни «Логістика»:

- набуття теоретичних знань з питань концепції, стратегії й тактики логістики та принципів і закономірностей створення й руху матеріальних, інформаційних, фінансових та інших потоків;
- управління поточковими процесами на основі системного підходу;
- оволодіння навичками логістичного мислення з оптимізації матеріальних, інформаційних, фінансових та інших потоків та розроблення пропозицій щодо удосконалення логістичних систем і механізмів їх функціонування;
- опанування практичними методами скорочення витрат на переміщення матеріальних, інформаційних, фінансових та інших потоків;
- набуття навичок оцінки економічної ефективності та наслідків здійснення логістичних рішень.

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. Логістика – інструмент ринкової економіки.

2. Концепція і методологічний апарат інтегрованої логістики.

3. Об'єкти логістичного управління та логістичні операції.

4. Логістична діяльність та логістичні функції.

5. Логістичний менеджмент в системі загального менеджменту.

6. Сутність та завдання закупівельної логістики.

7. Управління запасами на засадах логістики.

8. Логістичний підхід до управління матеріальними потоками у сфері виробництва.

9. Логістичний підхід до управління матеріальними потоками у сфері обігу

10. Логістичний підхід до обслуговування споживачів

11. Склад і транспорт у логістиці

12. Економічне забезпечення логістики