

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: оволодіння теоретичними знаннями з питань логістичного менеджменту, активним інтегруючим потенціалом, здатним зв'язати воедино і покращити взаємодію між базовими функціональними сферами – постачанням, виробництвом, маркетингом, дистрибуцією, організацією продажу, та набуття практичних вмінь і навичок щодо використання логістичного менеджменту для підвищення стійкості підприємства, координації дій та вирішення конфліктних ситуацій.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти наукового мислення і практичного пізнання законів логістичної концепції господарювання; оволодіння понятійним апаратом і термінологією логістики; пізнання об'єктів логістичного управління: матеріальних, фінансових, інформаційних і сервісних потоків, логістичних систем і їх елементів; освоєння і розуміння багатогранних функцій логістики в загальній концепції маркетингу та менеджменту і їхня взаємодія з іншими сферами бізнесу; знайомство й освоєння сучасних логістичних концепцій і прикладних систем.

Компетентності:

загальні:

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Фахові:

ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Програмні результати навчання:

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

Програма навчальної дисципліни:

- Тема 1. Логістичний менеджмент як інструмент сучасної економіки
- Тема 2. Понятійний апарат логістичного менеджменту
- Тема 3. Менеджмент логістичних систем і організацій.
- Тема 4. Логістичні стратегії підприємства
- Тема 5. Логістичний менеджмент закупівельної діяльності
- Тема 6. Менеджмент ланцюгів поставок
- Тема 7. Поняття логістичного сервісу
- Тема 8. Економічна ефективність логістичного менеджменту.

Трудовіткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3.

Форма семестрового контролю – екзамен.