

Опис навчальної дисципліни «Маркетинг в логістиці»

«Маркетинг в логістиці» є обов'язковою навчальною дисципліною, метою якої є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення, а також системи теоретичних знань і практичних навичок щодо здійснення маркетингової діяльності в логістиці. Завдання навчальної дисципліни – теоретична і практична підготовка здобувачів вищої освіти з питань формування та реалізації маркетингової діяльності підприємств; застосування сучасних підходів до проведення маркетингових досліджень та аналізу ринку транспортно-логістичних послуг; використання інструментів комплексу маркетингу (товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики); впровадження цифрових технологій у маркетингову діяльність; формування клієнтоорієнтованого підходу та забезпечення якісного клієнтського сервісу; розроблення стратегічних маркетингових рішень, урахування особливостей міжнародного ринку логістичних послуг та здійснення контролю ефективності маркетингової діяльності.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, ступінь вищої освіти		
Ступінь вищої освіти	<i>бакалавр</i>	
Галузь знань	<i>Ж «Транспорт і послуги»</i>	
Спеціальність	<i>Ж8 «Автомобільний транспорт»</i>	
Освітня програма	<i>«Транспортна логістика»</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)		
Форма контролю	<i>залік</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної, заочної та дистанційної (за наявності) форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	денна	-
Курс (рік підготовки)	2	-
Семестр	3	-
Лекційні заняття	<i>30 год.</i>	-
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	-
Лабораторні заняття	<i>- год.</i>	-
Самостійна робота	<i>60 год.</i>	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	<i>4 год.</i>	-

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета - формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи теоретичних знань і практичних навичок щодо здійснення маркетингової діяльності в логістиці, опанування інструментів маркетингових досліджень, комплексу маркетингу, цифрових технологій, клієнтського сервісу та міжнародного маркетингу підприємств.

Перелік навчальних дисциплін, які передують вивченню – «Основи менеджменту», «Економічна теорія», «Митне законодавство транспортно-експедиційних послуг», «Транспортні засоби».

Набуття компетентностей:

Інтегральна компетентність (ІК): здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та вирішувати практичні проблеми у галузі транспорту з використанням теорій та методів транспортної науки на основі системного підходу та з врахуванням комплексності та невизначеності умов функціонування транспортних систем.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 5. Навики використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні

ЗК 12. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 14. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК 1. Здатність аналізувати та прогнозувати параметри і показники функціонування транспортних систем та технологій з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

СК 2. Здатність організації та управління навантажувально-розвантажувальними роботами та складськими операціями на транспорті.

СК 4. Здатність організовувати та управляти перевезенням пасажирів та багажу (за видами транспорту).

СК5. Здатність до оперативного управління рухом транспортних потоків.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 2. Критично оцінювати наукові цінності і досягнення суспільства у розвитку транспортних технологій.

ПРН 4. Давати відповіді, пояснювати, розуміти пояснення, дискутувати, звітувати іноземною мовою на достатньому для професійної діяльності рівні.

ПРН 6. Досліджувати транспортні процеси, експериментувати, аналізувати та оцінювати параметри транспортних систем та технологій.

ПРН 9. Розробляти, планувати, впроваджувати методи організації безпечної діяльності у сфері транспортних систем та технологій.

ПРН 11. Класифікувати та ідентифікувати транспортні процеси і системи. Оцінювати параметри транспортних систем. Виконувати системний аналіз та прогнозування роботи транспортних систем.

ПРН 13. Організовувати та управляти перевезенням вантажів в різних сполученнях. Вибирати вид, марку, тип транспортних засобів (суден) та маршрутів руху. Контролювати хід виконання перевезення.

ПРН 16. Вибирати ефективні технології взаємодії видів транспорту. Аналізувати можливості застосування різноманітних варіантів взаємодії видів транспорту.

ПРН 17. Розробляти ланцюги постачань та оцінювати їх ефективність. Установлювати зв'язки між різними ланцюгами постачань. Визначення функцій логістичних центрів. Аналізувати особливості супутніх інформаційних і фінансових потоків

ПРН 21. Впроваджувати методи організації безпечної транспортної діяльності.

ПРН 22. Організовувати міжнародні перевезення. Застосовувати методи оформлення митної документації. Використання методів митного контролю.

ПРН 24. Вибирати інформаційні системи для організації перевезень. Експлуатувати автоматизовані системи керування та навігаційні системи у перевізному процесі. Використовувати електронні карти.

ПРН 25. Використовувати методи організації транспортно-експедиторського обслуговування різних видів сполучення

ПРН 29. Вміти ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

Програма та структура навчальної дисципліни «Маркетинг в логістиці»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин								
	денна форма					заочна форма			
	тижні	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
			л	п	с.р.		л	п	с.р.
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та інструменти маркетингу транспортно-логістичних послуг									
Тема 1. Сутність і концепція маркетингу в діяльності автотранспортних та логістичних підприємств	1		2	2	30				
Тема 2. Маркетингові дослідження ринку автотранспортних і транспортно-логістичних послуг	2		2	2					
Тема 3. Маркетингова товарна політика: формування портфеля транспортно-логістичних послуг	3		2	2					
Тема 4. Маркетингова цінова політика та тарифоутворення на автотранспортні й транспортно-експедиторські послуги	4		2	2					
Тема 5. Маркетингова політика комунікацій автотранспортних підприємств і логістичних операторів	5-6		4	6					
Тема 6. Маркетингова політика розподілу та збуту транспортно-логістичних послуг	7		2	2					
Разом за модулем 1		60	14	16	30				
Змістовий модуль 2. Сучасні напрями маркетингу на автомобільному транспорті									
Тема 7. Управління маркетинговою діяльністю автотранспортного (логістичного) підприємства	8		2	2	30				
Тема 8. Маркетинг послуг логістичних операторів та агрологістичного сервісу	9		2	2					
Тема 9. Цифровий маркетинг і цифрові	10-11		3	2					

платформи вантажних автоперевезень									
Тема 10. Клієнтський сервіс та управління якістю обслуговування у вантажних і пасажирських автоперевезеннях	12		3	2					
Тема 11. Маркетинг у міжнародних автомобільних перевезеннях та ЗЕД транспортних підприємств	13		2	2					
Тема 12. Стратегічний маркетинг і конкурентоспроможність ринку автотранспортних послуг; засади сталого («зеленого») маркетингу	14		2	2					
Тема 13. Контроль і оцінка ефективності маркетингової діяльності транспортного підприємства	15		2	2					
Разом за модулем 2		60	16	14	30				
Усього годин		120	30	30	60				
Курсова робота		-	-	-	-				
Усього годин		120	30	30	60				

2. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність і концепція маркетингу в діяльності автотранспортних та логістичних підприємств.	2
2	Тема 2. Маркетингові дослідження ринку автотранспортних і транспортно-логістичних послуг.	2
3	Тема 3. Маркетингова товарна політика: формування портфеля транспортно-логістичних послуг .	2
4	Тема 4. Маркетингова цінова політика та тарифоутворення на автотранспортні й транспортно-експедиторські послуги.	2
5	Тема 5. Маркетингова політика комунікацій автотранспортних підприємств і логістичних операторів.	4
6	Тема 6. Маркетингова політика розподілу та збуту транспортно-логістичних послуг.	2
7	Тема 7. Управління маркетинговою діяльністю автотранспортного (логістичного) підприємства.	2
8	Тема 8. Маркетинг послуг логістичних операторів та агрологістичного сервісу.	2
9	Тема 9. Цифровий маркетинг і цифрові платформи вантажних автоперевезень.	3
10	Тема 10. Клієнтський сервіс та управління якістю обслуговування у	3

	вантажних і пасажирських автоперевезеннях .	
11	Тема 11. Маркетинг у міжнародних автомобільних перевезеннях та ЗЕД транспортних підприємств.	2
12	Тема 12. Стратегічний маркетинг і конкурентоспроможність ринку автотранспортних послуг; засади сталого («зеленого») маркетингу .	2
13	Тема 13. Контроль і оцінка ефективності маркетингової діяльності транспортного підприємства .	2
	Разом	30

3. Теми лабораторних (практичних, семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Семінарське заняття 1. Сутність маркетингу та його роль у логістичних системах. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень.	4
2	Семінарське заняття 2. Маркетингова товарна політика в логістиці.	2
3	Практичне заняття 1. Маркетингова цінова політика в логістиці.	2
4	Практичне заняття 2. Маркетингова політика комунікацій в логістиці.	6
5	Практичне заняття 3. Маркетингова політика розподілу в логістиці.	2
6	Практичне заняття 4. Управління маркетинговою діяльністю підприємств. Маркетинг транспортно-логістичних послуг.	4
7	Практичне заняття 5. Цифровий маркетинг в логістиці.	2
8	Практичне заняття 6. Клієнтський сервіс в логістиці.	2
9	Практичне заняття 7. Міжнародний маркетинг та зовнішньоекономічна діяльність підприємств.	2
10	Семінарське заняття 3. Стратегічний маркетинг у логістичній діяльності. Контроль маркетингової діяльності.	4
	Разом	30

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Самостійна робота 1.	
	Особливості розвитку маркетингу на ринку транспортно-логістичних послуг	10
	Формування та управління асортиментом транспортно-логістичних послуг підприємства	10
	Сучасні маркетингові комунікації та цифрові інструменти просування транспортно-логістичних послуг.	10
2	Самостійна робота 2.	
	Формування клієнтського сервісу та управління якістю транспортного обслуговування	10
	Маркетингової діяльності у сфері міжнародних автомобільних перевезень та зовнішньоекономічної діяльності транспортних підприємств	10
	Оцінювання ефективності маркетингової діяльності транспортних підприємств та її результативності	10
	Разом	60

5. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист практичних робіт.

6. Методи навчання:

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод перевернутого класу, змішаного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій та дебат;
- метод командної роботи, мозкового штурму
- метод гейміфікованого навчання.

7. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України»

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та інструменти маркетингу транспортно-логістичних послуг		
Семінарське заняття 1. Сутність маркетингу та його роль у логістичних системах. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень.	ПРН 2, 4, 6, 9, 11, 13, 16, 17 Розуміти сутність, роль та значення маркетингу в діяльності автотранспортних підприємств і логістичних операторів; місце маркетингу в системі управління транспортно-логістичними процесами; особливості функціонування ринку транспортно-логістичних послуг.	10
Семінарське заняття 2. Маркетингова товарна політика: формування портфеля транспортно-логістичних послуг.	Знати основні поняття та категорії маркетингу; принципи, функції та концепції маркетингу; особливості маркетингових досліджень ринку транспортних і логістичних послуг; методи аналізу споживачів, конкурентів та ринкового середовища; інструменти товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики; підходи до формування тарифів на транспортні та транспортно-експедиторські послуги; сучасні маркетингові комунікації та цифрові інструменти просування транспортно-логістичних послуг.	5
Практичне заняття 1. Маркетингова цінова політика та тарифоутворення на автотранспортні й транспортно-експедиторські послуги.	Вміти проводити маркетингові дослідження ринку транспортно-логістичних послуг; аналізувати потреби споживачів та конкурентне середовище; формувати портфель транспортних і логістичних послуг; обґрунтовувати маркетингові рішення щодо ціноутворення та тарифної політики; розробляти заходи з просування транспортно-логістичних послуг; обирати ефективні канали збуту та взаємодії зі споживачами; оцінювати результативність маркетингової діяльності автотранспортних підприємств і логістичних операторів.	10
Практичне заняття 2. Маркетингова політика комунікацій автотранспортних підприємств і логістичних операторів.		15
Практичне заняття 3. Маркетингова політика розподілу та збуту транспортно-логістичних послуг.		10
Самостійна робота 1.		20

Модульна контрольна робота 1		30
Всього за модулем 1		100
Змістовий модуль 2. Сучасні напрями маркетингу на автомобільному транспорті		
Практичне заняття 4. Управління маркетинговою діяльністю автотранспортного (логістичного) підприємства. Маркетинг послуг логістичних операторів та агрологістичного сервісу.	ПРН 21, 22, 24, 25, 29 Розуміти особливості управління маркетинговою діяльністю автотранспортних і логістичних підприємств; роль маркетингу у забезпеченні конкурентоспроможності транспортних підприємств; значення цифровізації, клієнтоорієнтованості та сталого розвитку для функціонування сучасного ринку транспортно-логістичних послуг.	10
Практичне заняття 5. Цифровий маркетинг і цифрові платформи вантажних автоперевезень.	Знати принципи організації та управління маркетинговою діяльністю автотранспортних і логістичних підприємств; особливості маркетингу послуг логістичних операторів та агрологістичного сервісу; сучасні інструменти цифрового маркетингу та можливості використання цифрових платформ вантажних автоперевезень; методи формування клієнтського сервісу та забезпечення якості транспортного обслуговування; специфіку маркетингової діяльності у міжнародних автомобільних перевезеннях та зовнішньоекономічній діяльності транспортних підприємств; підходи до розроблення маркетингових стратегій і забезпечення конкурентоспроможності; концепцію сталого («зеленого») маркетингу; методи контролю та оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства.	10
Практичне заняття 6. Клієнтський сервіс та управління якістю обслуговування у вантажних і пасажирських автоперевезеннях.	Вміти організовувати та координувати маркетингову діяльність транспортного підприємства; використовувати інструменти цифрового маркетингу для просування транспортно-логістичних послуг; аналізувати рівень задоволеності клієнтів та якість транспортного обслуговування; розробляти маркетингові заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому та міжнародному ринках; обґрунтовувати маркетингові стратегії розвитку транспортного підприємства з урахуванням принципів сталого розвитку; здійснювати контроль результативності маркетингових заходів та оцінювати ефективність маркетингової діяльності за системою відповідних показників..	10
Практичне заняття 7. Маркетинг у міжнародних автомобільних перевезеннях та ЗЕД транспортних підприємств.		10
Семінарське заняття 3. Стратегічний маркетинг і конкурентоспроможність ринку автотранспортних послуг; засади сталого («зеленого») маркетингу. Маркетингу. Контроль і оцінка ефективності маркетингової діяльності транспортного підприємства.		10
Самостійна робота 2.		20
Модульна контрольна робота 2		30
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота	(M1 + M2)/2*0,7 ≤ 70	
Залік	30	
Всього за курс	(Навчальна робота + залік) ≤ 100	

Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.2. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

9. Навчально-методичне забезпечення:

1. Електронний навчальний курс навчальної дисципліни «Маркетинг в логістиці» (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=956>).

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Балановська Т. І., Драмарецька К. П., Гавриш О. М. Ризик-менеджмент логістичних ланцюгів постачання сільськогосподарської продукції в умовах кризи. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2026 рік. Том 11. № 1. URL: <https://ujae.org.ua/ryzyk-menedzhment-logistychnyh-lantsyugiv-postachannya-silskogospodarskoyi-produktsiyi-v-umovah-kryzy/> DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2026-1-39>

2. Вакуленко В., Драмарецька К., Юнтао Л. Особливості формування системи управління ризиками логістичних ланцюгів експорту сільськогосподарських підприємств. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*, 2026. № 2 (106), С. 94-99. URL: <https://www.snaujournal.com.ua/index.php/journal/article/view/445> DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.D2026.2.13>

3. Комеліна О. В., Болдирєва Л. М. Транспортна логістика: навчально-методичний посібник. Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2021. 210 с.

4. Логістика: навчальний посібник / Безугла Л. С., Юрченко Н. І., Ільченко Т. В., Пальчик І. М., Воловик Д. В. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с. URL: <https://books.chic.cv.ua/logistyka-navch-posib-bezugla-l-s-yurchenko-n-i-ilchenko-t-v-palchik-i-m-volovyk-d-v/>

5. Маркетинг транспортних послуг: навчальний посібник. О. І. Зоріна, В. А. Волохов, І. В. Волохова та ін.; за ред. О. І. Зоріної. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 305 с.
6. Маркетинг: навчальний посібник / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін.; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <https://surl.li/edcnku>
7. Петруня Ю. Є. Маркетинг: навчальний посібник 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/6910>
8. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <https://surl.li/paqoft>
9. Смирнов І. Г., Косарева Т. В. Транспортна логістика: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 224 с.
10. Транспортна логістика: навчальний посібник. Н. Т. Гринів, Т. В. Наконечна, У. О. Балик, О. С. Костюк, С. Л. Литвиненко. 2025. Київ: Кондор. 216 с.
11. Martin Christopher, Helen Peck. Marketing Logistics: textbook. Chartered Institute of Marketing. 2013. 158 p.
12. Seth Godin. This is Marketing: textbook. Penguin Random House UK. 2018. 288 p.
13. Digital Marketing: textbook. О. Chupryna, I. Arakelova, V. Tokareva, О. Zelenko, S. Kasian, S. Lytvynenko, Y. Popova, L. Horbach. Kyiv: Kondor. 2025. 304 p.
14. Ryuichi Shibasaki, Hironori Kato, Cesar Ducruet. Global Logistics Network. Modelling and Policy. Quantification and Analysis for International Freight. Elsevier Published 2020. 400 p.