

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ
кафедра маркетингу**



**ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

для другого (магістерського) рівня вищої освіти
зі спеціальності 075 «Маркетинг»



Мелітополь, 2018

УДК 658.6
ББК 65.291-59

Логістичний менеджмент. Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни для другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг».- Таврійський державний агротехнологічний університет, 2019. - 31 с.

Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни містять завдання для закріплення знань з дисципліни «Логістичний менеджмент» у вигляді вправ-кросвордів для самоконтролю та індивідуальної роботи.

Навчальне видання призначене для другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Розробник: доцент, к.е.н., доцент кафедри маркетингу Нехай В.В.

Рецензент: провідний спеціаліст планово-фінансового відділу ТДАТУ к.е.н. Костроміна В.О.

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри маркетингу «27» грудня 2018 р. Протокол № 5.

Затверджено методичною комісією факультету економіки та бізнесу 23 січня 2019 р, Протокол № 6.

Голова методичної комісії, к.е.н., доцент

А.А.Костякова

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 НАВЧАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ	
1.1. ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 Сутність і значення логістичного менеджменту	5
Тема 1 Сутність і значення маркетингової політики розподілу	5
Тема 2 Логістичний менеджмент і механізми використання каналів розподілу	9
Тема 3 Управління товарним рухом	11
Тема 4 Розподіл на промисловому підприємстві	13
Тема 5 Оптова торгівля в каналах розподілу	15
1.2. ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Менеджмент у виборі логістичних каналів	17
Тема 6 Роздрібна торгівля в каналах розподілу	17
Тема 7 Державна закупівля та державне замовлення	18
Тема 8 Маркетингова політика у логістиці	20
Тема 9 Вибір оптимального каналу розподілу	22
Тема 10 Конкуренція в каналах розподілу	23
Тема 11 Розподілення і маркетингова логістика	24
КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З КУРСУ	25
ВІДПОВІДІ НА КРОСВОРДИ	26
НАРАХУВАННЯ БАЛІВ ЗА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	29
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	31

ВСТУП

Логістичний підхід до організації системи постачання, виробництва, розподілу потребує розвитку логістичного менеджменту та впровадження його у процес удосконалення технологій управління підприємством.

Мета курсу «Логістичний менеджмент» полягає у формуванні системи науково-теоретичних і практичних знань про методи дослідження, створення і функціонування логістичного менеджменту на підприємстві, форми і методи контролю посередників.

Предмет курсу – методи і процеси управління логістичною діяльністю підприємств.

Основними завданнями дисципліни є:

- вивчення сутності та значення логістичного менеджменту;
- освоєння сутності, форм і методів організації роботи посередників та управління товарним рухом;
- вивчення сутності формування і функціонування каналів розподілу;
- набуття навичок підвищення ефективності діяльності посередників та оптимізації витрат у процесі товарного руху;
- освоєння економічної сутності, організаційних основ розподілу, збутової діяльності на промисловому підприємстві;
- вивчення оптової та роздрібною торгівлі в каналах розподілу;
- освоєння правових основ та організації системи державних закупівель та державних замовлень;
- дослідження процесу формування оптимального каналу розподілу та освоєння методів оцінки результатів його діяльності.

РОЗДІЛ 1 НАВЧАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ

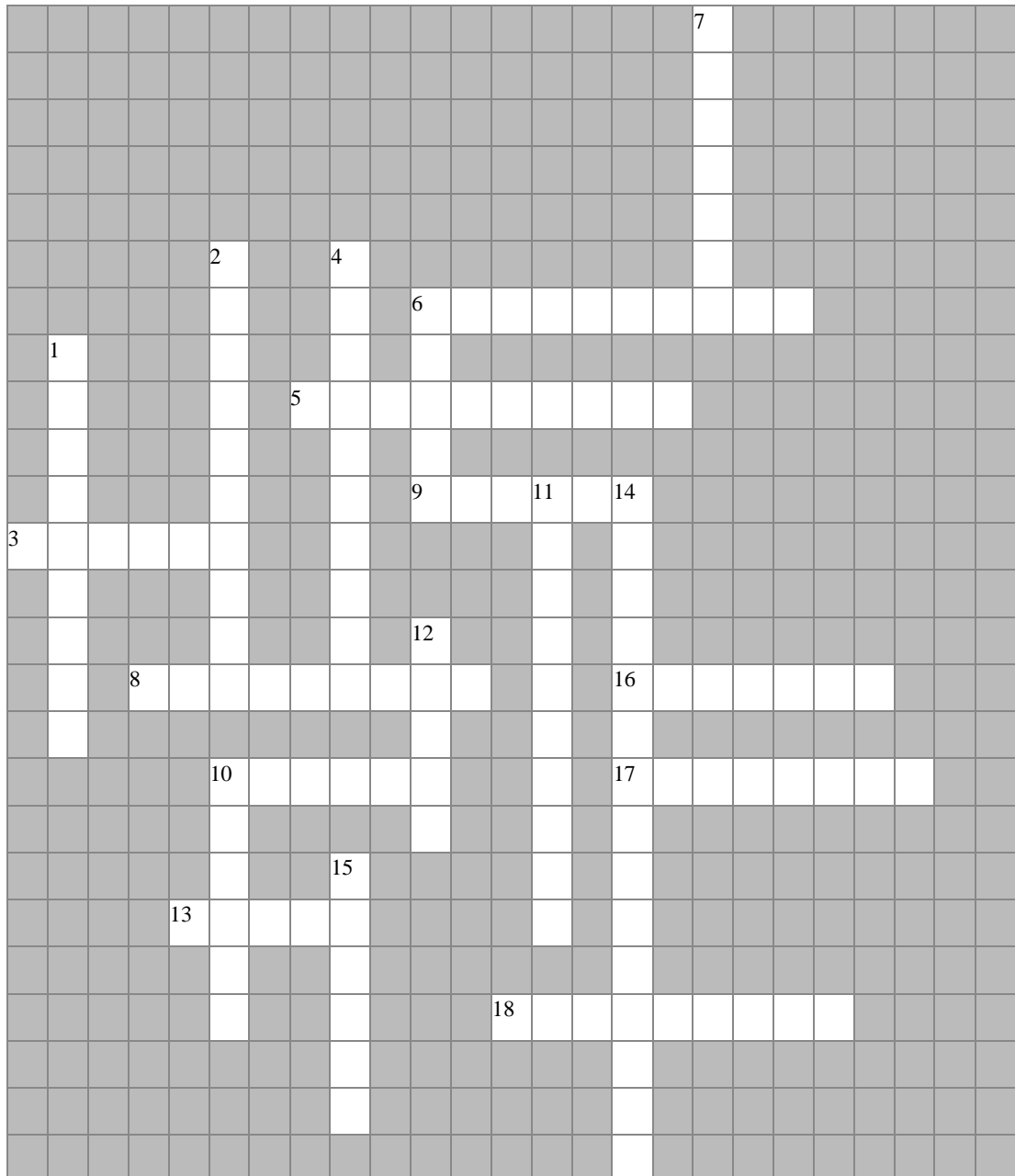
Навчальний розділ посібника вміщує матеріали до 11 тем дисципліни «Логістичний менеджмент». Назви тем супроводжуються переліком питань, знання за якими студент має отримати. Кросворди до тем частково розкривають означені питання, даючи загальний напрямок навчання.

Композиція навчальної частини практикуму та подання термінів, направлені на те, щоб передати студентові певну інформацію, навчити його самостійно користуватися книгами з дисципліни, викликати інтерес до предмета, що вивчається.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1 Сутність і значення маркетингової політики розподілу

Сутність та основні завдання маркетингової політики розподілу. Логістичний менеджмент та збутова політика підприємства: основні заходи та елементи



По горизонталі:

3. робота по наданню послуг, тобто по задоволенню чийх-небудь потреб
5. сукупність логістичних операцій або дій, родинних за спрямованістю, доданих до матеріального потоку в конкретному тимчасовому інтервалі і просторі та пов'язаних зі зміною та переміщенням останнього для досягнення логістичної мети
6. графічне зображення вантажопотоку на карті згідно з дійсним переміщенням вантажів
8. наука про планування, організацію, управління, контроль і регулювання переміщення матеріальних та інформаційних потоків у просторі і в часі від їхнього первинного джерела до кінцевого споживача
9. виконавець, керуючий матеріальним потоком на рівні виконання окремих логістичних операцій або їхнього визначеного комплексу, що забезпечують ефективне і раціональне переміщення даного матеріального потоку в конкретному тимчасовому інтервалі від вихідної позиції до кінцевого місця споживання або до проміжного місця дислокації
10. сукупність каналів розподілу
13. складський комплекс, який отримує товари від підприємств-виробників або від підприємств оптової торгівлі (наприклад, які знаходяться в інших регіонах країни або за кордоном) і розподіляє їх більш дрібними партіями замовникам (підприємствам дрібнооптової та роздрібною торгівлі) через свою або їх товаропровідну мережу
16. сукупність спільно діючих елементів, що призначена для самостійного виконання заданих функцій
17. сукупність дій, спрямованих на переміщення, транспортування, переробку матеріального потоку. У принципі логістичні операції – це будь-які операції, чинені з матеріальними предметами і продуктами праці в сферах виробництва і обігу, за винятком технологічних операцій по виробництву матеріальних благ

18. комплекс рішень, планів і заходів, пов'язаних з ефективним управлінням матеріальними потоками

По вертикалі:

1. система поглядів на конкретну подію; спосіб розуміння яких-небудь подій, основна ідея якої-небудь теорії

2. передача сторонньому підрядникові деяких бізнес-функцій або частин бізнес-процесу підприємства

4. логістичне управління, яке забезпечує точне та ефективне здійснення планів

6. сукупність підприємств і організацій, через які проходить продукція від місця її виготовлення до місця споживання

7. деяка дія, що приносить користь споживачу

10. умовне уявлення реальності, або символічно-інформаційне відображення (образ) реального об'єкта, що відтворює останній з певним ступенем точності та у формі, яка відмінна від форми самого об'єкта

11. організація і управління комплексом технічних послуг з проектування, будівництва, введення в експлуатацію об'єктів

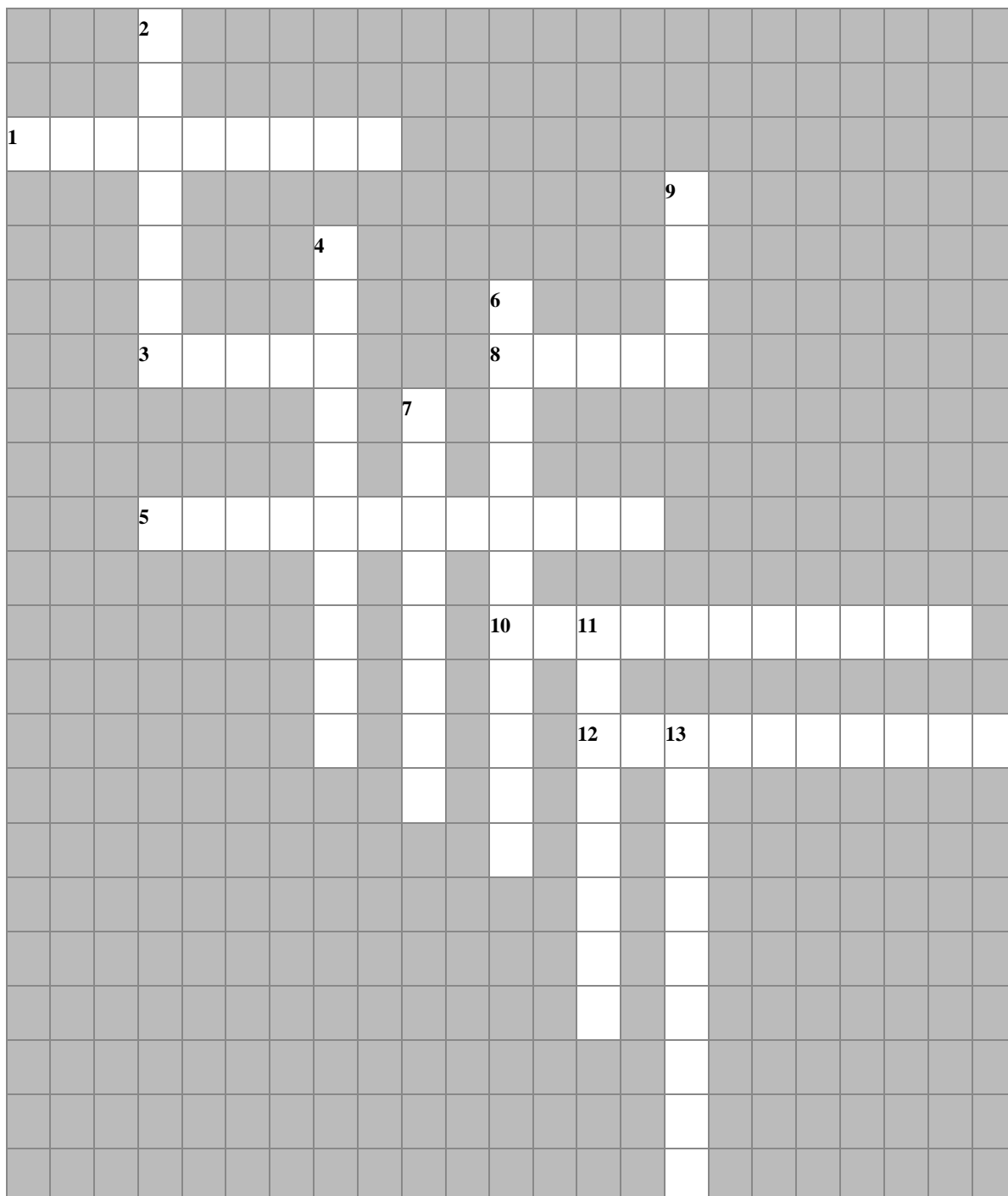
12. споруда, призначена для приймання, розміщення і зберігання товарів, які надійшли, підготовки їх до споживання і відправки споживачу

14. ключова комплексна активність, пов'язана з переміщенням матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва або готової продукції певним транспортним засобом логістичним ланцюгом, і яка, в свою чергу, складається з комплексних та елементарних активностей, включаючи експедирування, вантажо-переробку, пакування, передачу прав власності на вантаж, страхування

15. розклад, який передбачає виконання складських операцій у часі (протягом зміни, доби)

Тема 2 Логістичний менеджмент і механізми використання каналів розподілу

Товарний рух як складова політики розподілу. Канали розподілу у маркетинговому середовищі підприємства



По горизонталі:

1. система, яка має забезпечувати доставку товарів до місць продажу у чітко визначений час з максимально високим рівнем обслуговування покупця;
3. об'єкт, призначений для продажу;
5. особа, яка має письмовий договір з виконавцем або реципієнтом на впровадження частини (частин) проекту (програми), що реалізується в Україні, та на який надано згоду Європейською Комісією або уповноваженою Європейською Комісією установою
8. шлях, яким товари рухаються від виробників до споживачів
10. процес створення матеріальних і суспільних благ, необхідних для існування і розвитку;
12. виявлення споживачем наміру придбати той чи інший товар (роботу, послугу).

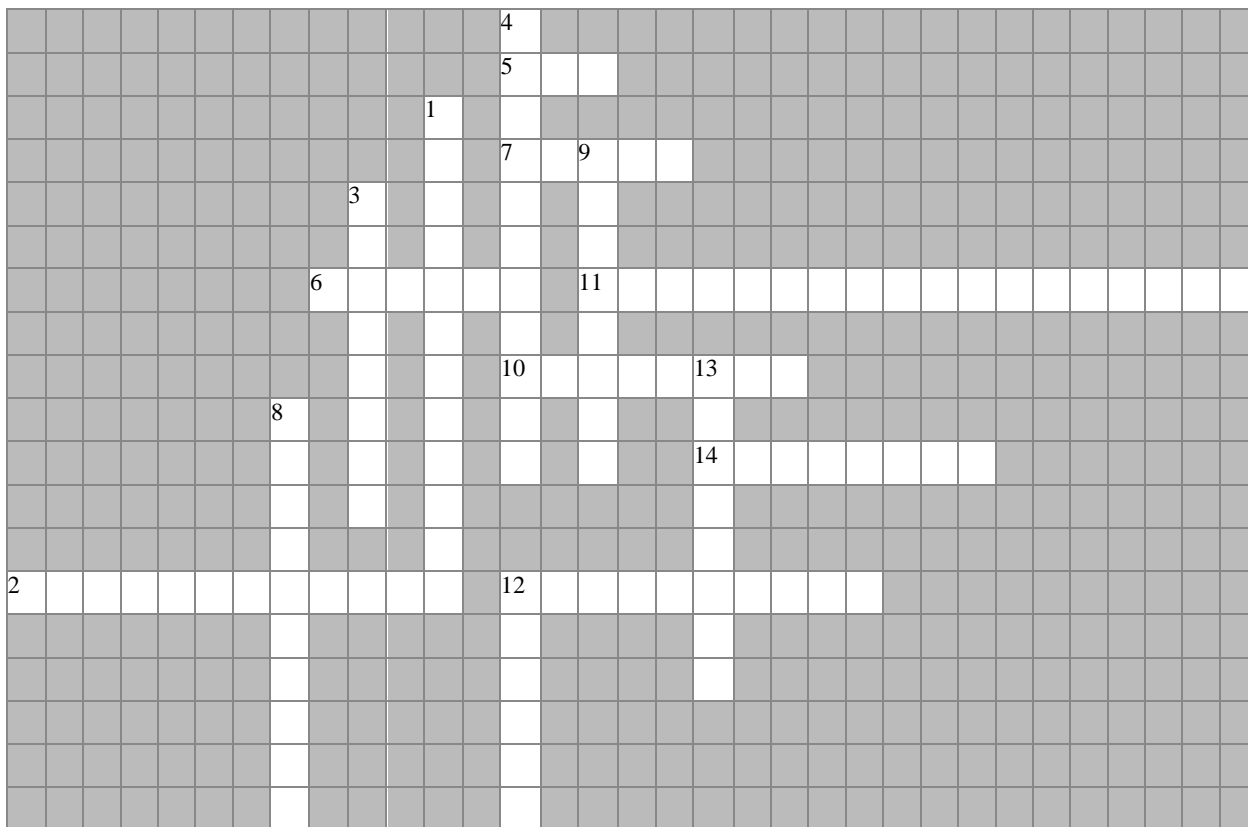
По вертикалі:

2. перевезення вантажу з одного пункту в інший через проміжні пункти;
4. людина або підприємство, що здійснює функцію транспортування вантажу
6. логістична підсистема зберігання, яка полягає в утриманні матеріальних цінностей на складі;
7. ресурси, які використовують у виробництві промислових продуктів;
9. багатократно виконувана послідовність дій;
11. регулювання та контроль доставки продукції і послуг споживачам
13. комплекс дій з дослідження ринку, використання інформації для планування виробництва та впливу на ринок за допомогою комунікацій;

Тема 3 Управління товарним рухом

Зміст та елементи управління товарорухом. Планування системи товароруху.

Організація, аналіз та контроль товарного руху



По горизонталі:

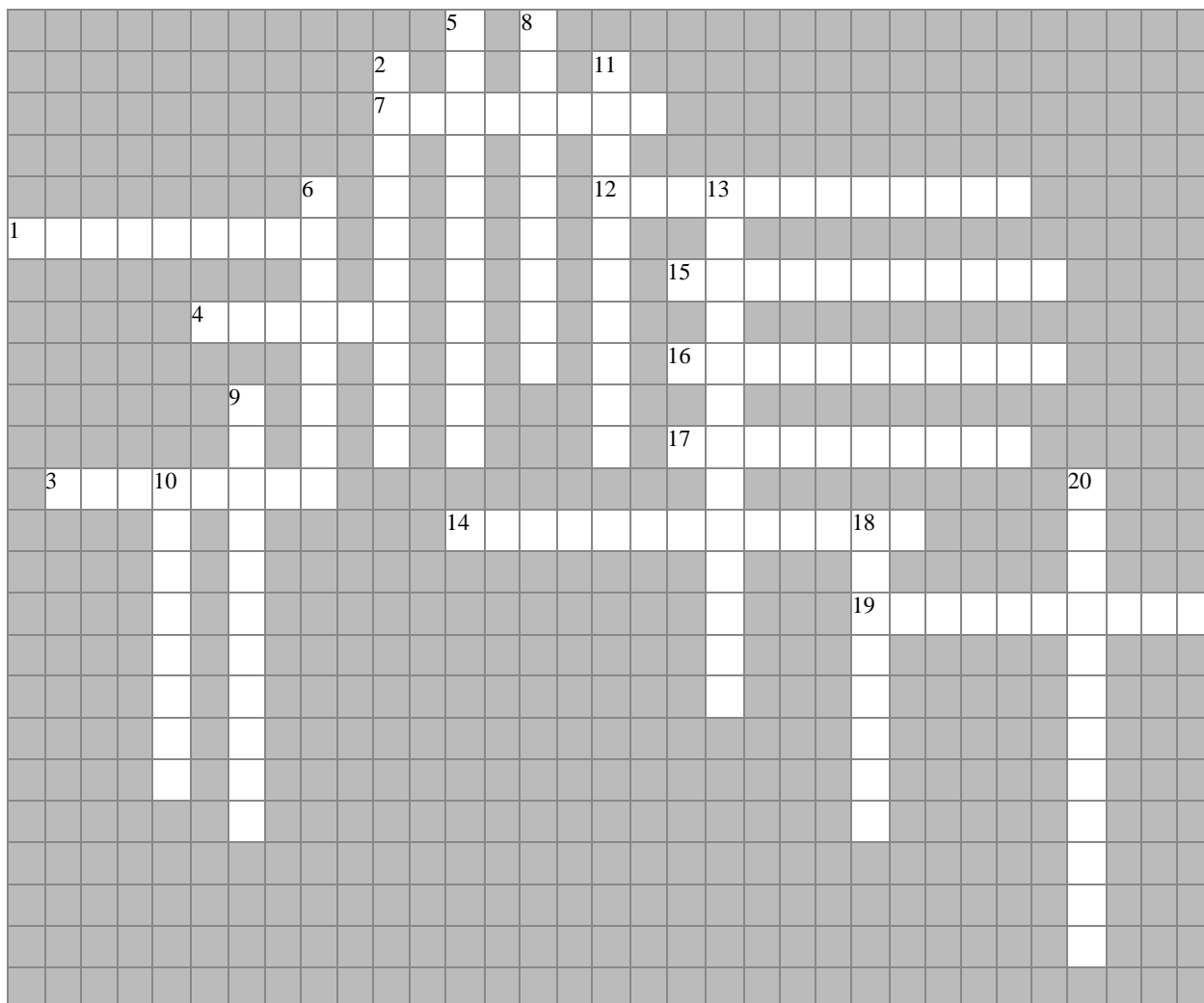
2. групування продукції партіями та розміщення її у відповідних ємностях;
5. переміщення;
6. дослідження та визначення співвідношення, обставин, взаємозв'язків;
7. посередник з обмеженим об'ємом повноважень;
10. якість, яка викликає інтерес та бажання купити;
11. частка витрат матеріальних ресурсів на виготовлення одиниці продукції у загальних витратах;
12. визначення об'ємів виробництва, збуту у майбутньому на підставі об'єктивних даних;
14. операція

По вертикалі:

1. Повний набір предметів, які становлять щось ціле, або мають однакове призначення
3. спостереження за поведінкою керованої системи з метою забезпечення оптимального її функціонування
4. цільове об'єднання ресурсів для досягнення певної мети
8. процес впливу на систему для переведення її в новий стан чи для підтримки її в якомусь установленому режимі
9. частини цілого
12. набір функцій, які виконуються послідовно;
13. суб'єкт споживання.

Тема 4 Розподіл на промисловому підприємстві

Економічний зміст, види і функції розподілу на промисловому підприємстві. Моделювання розподілу. Організаційні основи розподілу. Тара та упаковка у розподілі продукції. Складування товарів як функція фізичного розподілу. Організація транспортно-експедиційного обслуговування



По горизонталі:

1. взаємопов'язана послідовність дій;
3. визначення частки та обсягу продукту, що надходить у споживання учасникам економічної діяльності.
4. об'єднання однорідних об'єктів, які додержуються правил поведінки;
7. доставка товарів до місця виробництва;
12. самостійний суб'єкт господарювання;

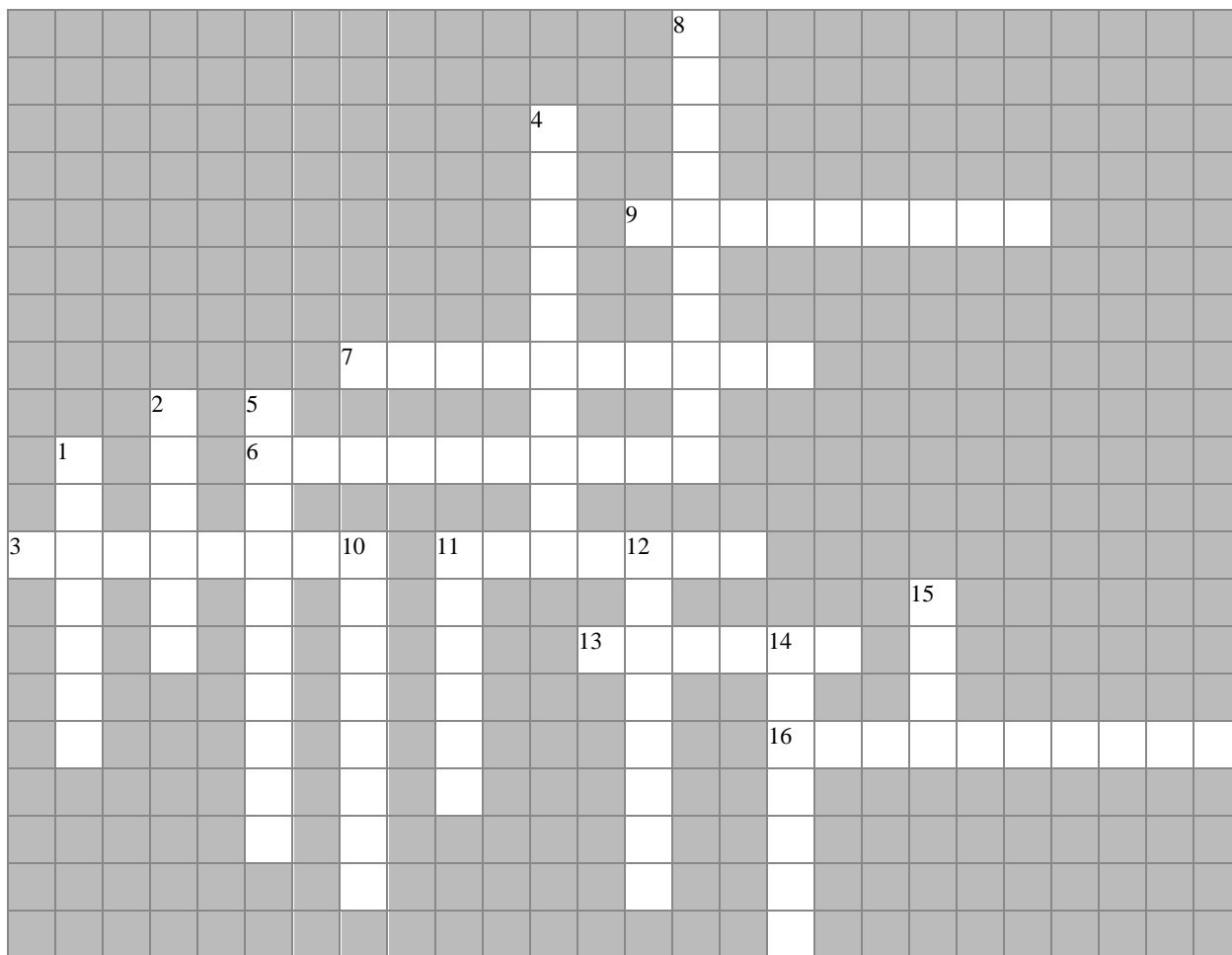
14. показник, який забезпечує високі темпи зростання;
15. економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва
16. виробництво – процес перетворення ресурсів у продукт;
17. визначення об'ємів виробництва, збуту у майбутньому на підставі об'єктивних даних;
19. знаходження місця збуту;

По вертикалі:

2. упакування – додаток до якісних параметрів продукту, яке забезпечує протидію псуванню;
5. дистрибуція -здіяння посередників;
6. первинний предмет праці, який використовують для виготовлення виробу;
8. засіб перевезення;
9. створення проекту об'єкта;
10. робітники організації;
11. робітник організації, який супроводжує вантажі, товар;
13. галузь матеріального виробництва;
18. процес обміну товарами, послугами, цінностями і грошима;
20. комплекс дій з постачання необхідного для виробництва та торгівлі.

Тема 5 Оптова торгівля в каналах розподілу

Сутність, види і функції оптової торгівлі. Фактори необхідності виникнення і функціонування оптових підприємств на ринку. Роль і значення оптової торгівлі при розподілі товарів. Організаційна структура оптової торгівлі. Розміщення оптових підприємств. Організація та документальне оформлення оптових закупівель. Сутність та основні методи оптового продажу товарів



По горизонталі:

- 3. угода, зафіксована на папері;
- 6. процедурне та документальне забезпечення;
- 7. використання продукту за призначенням;
- 9. обмін грошей на набір необхідного товару;
- 11. фірма, яка продає товари партіями;
- 13. реалізація товару;
- 16. група учасників;

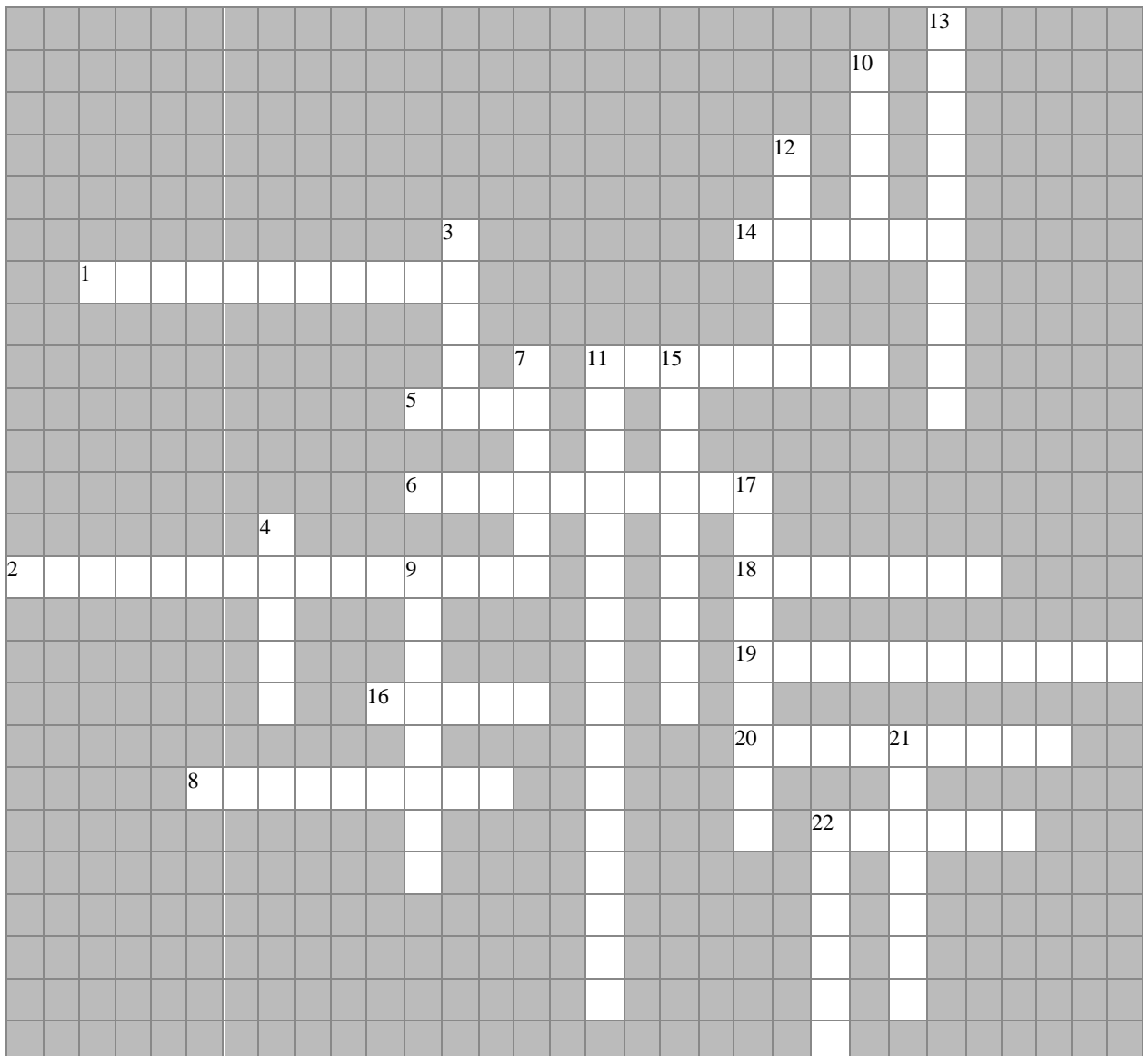
По вертикалі:

1. результат виробництва;
2. набір товару;
4. набір різновидів товарів, які виробляє або спроможне виробляти підприємство;
5. рух товару у зв'язку з обміном;
8. процес забезпечення ресурсами та товаром;
10. обмін товарів, послуг, грошей;
11. пропозиція купівлі, яка направляється потенційному покупцю;
12. грошовий вимір витрат;
14. вид ринку;
15. реалізація.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МЕНЕДЖМЕНТ У ВИБОРІ ЛОГІСТИЧНИХ КАНАЛІВ

Тема 6 Роздрібна торгівля в каналах розподілу

Поняття, склад і функції роздрібною торгівлі. Фактори розвитку роздрібною торговою мережі, її роль та значення. Організація товаропостачання товарів підприємств роздрібною торгівлі. Організація продажу товарів у системі роздрібною торгівлі



По горизонталі:

1. аренда фірмового стилю;
2. перехід до індивідуального управління підрозділами організації;

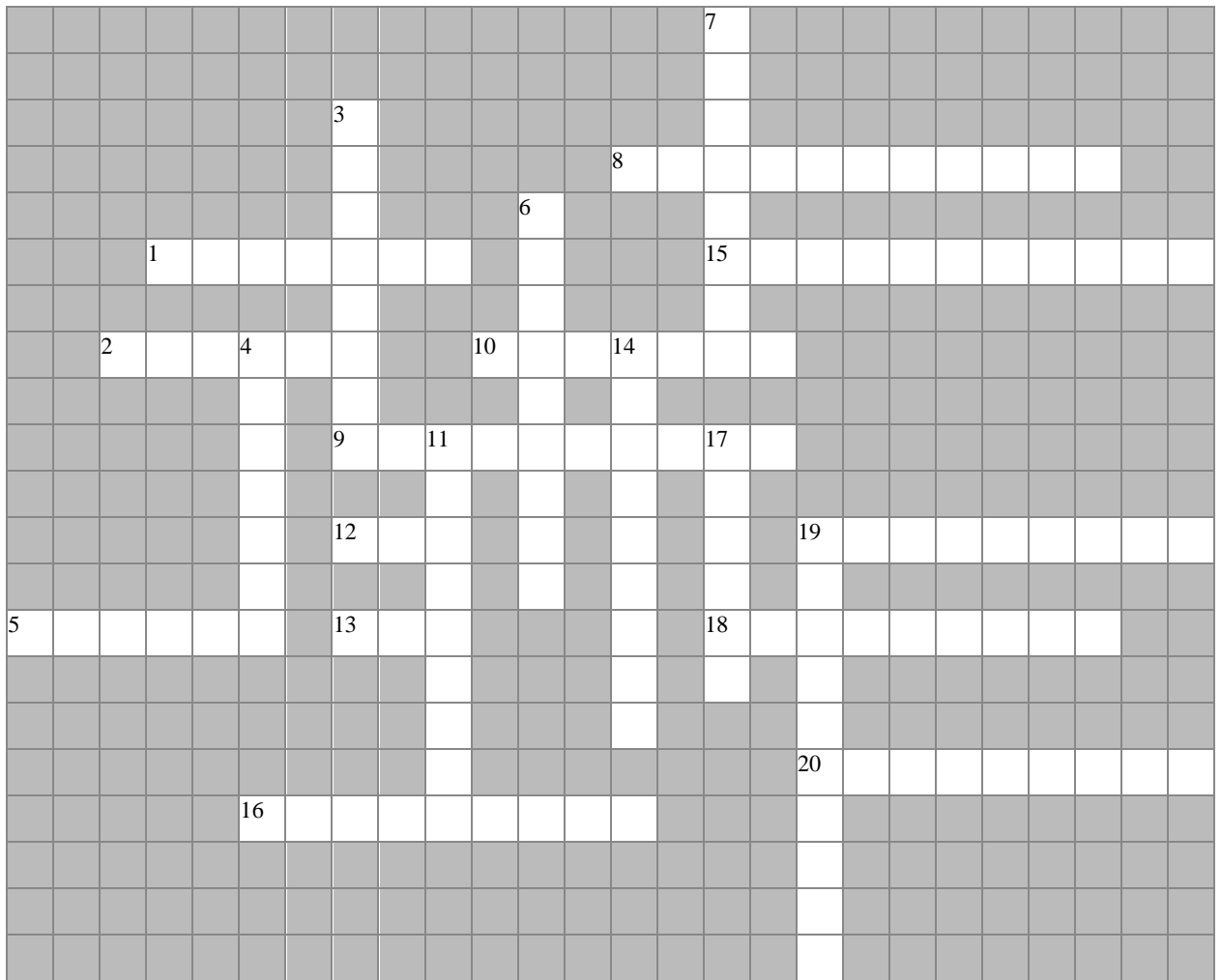
5. основний елемент;
6. партнер по контракту;
8. ємність для перевезення;
11. частина, яка забезпечує зв'язок об'єктів;
14. фірма-посередник з обмеженими повноваженнями;
16. вид організованого ринку;
18. поодинокі продажі;
19. швидкість перетворення товару у гроші, грошей у товар;
20. зразок товару;
22. постідовність об'єктів здійснення певних функцій.

По вертикалі:

3. контракт;
4. місце видачі грошей;
7. набір товару;
9. володар частки акціонерного капіталу;
10. місце та обставина обміну;
11. регулярна доставка товару;
12. тип кузова вантажного автомобіля;
13. об'єднання підприємців, підприємств;
15. роздрібна торгівля;
17. суб'єкт торгівлі;
21. опис послідовності руху;
22. окремо діюча частина.

Тема 7 Державна закупівля та державне замовлення

Правові основи системи державних закупівель та державних замовлень.
Організація державної закупівлі. Система державного нагляду, контролю та координації у сфері закупівель. Організація державних замовлень



По горизонталі:

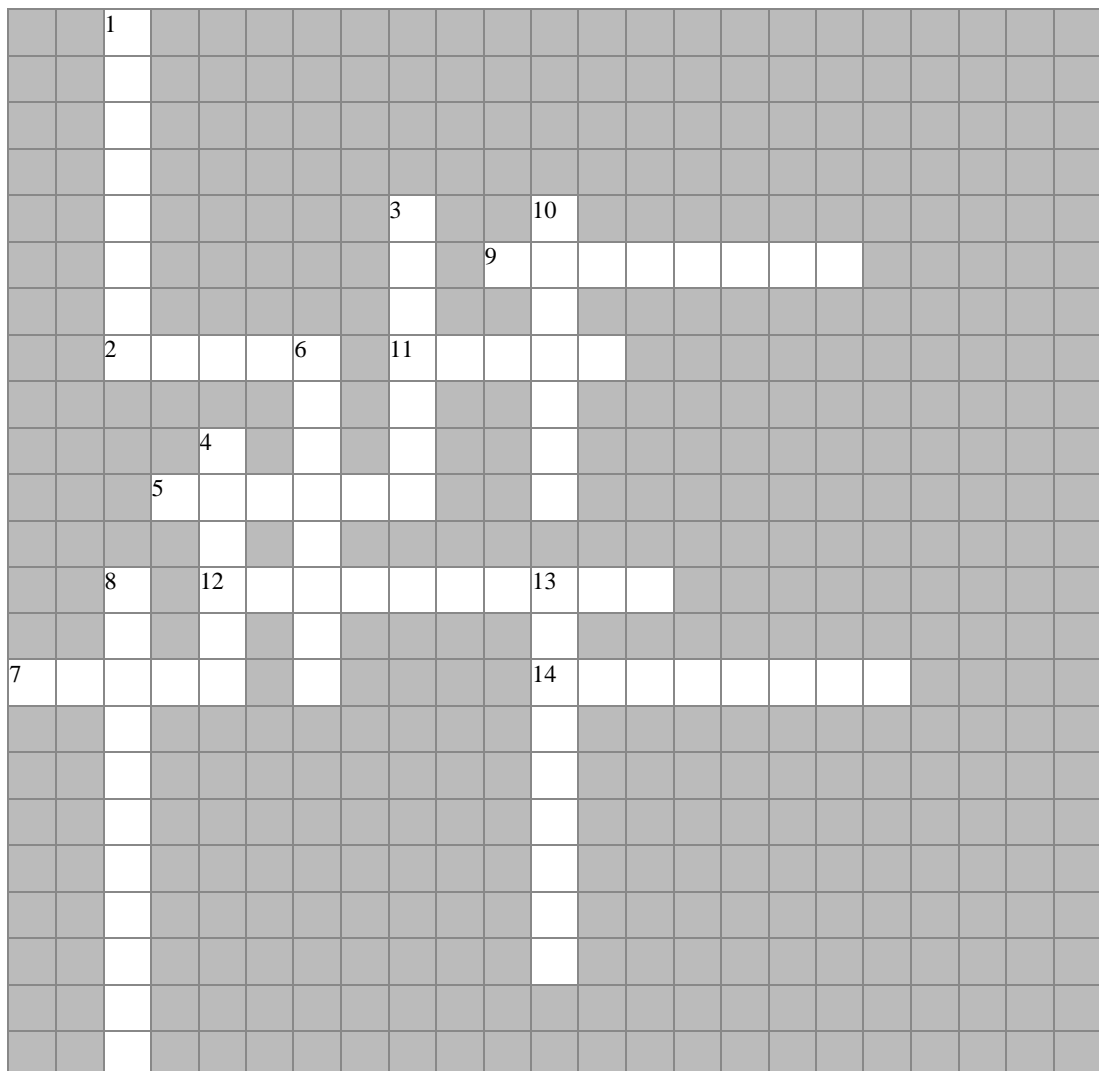
1. комітет- група суб'єктів контролю;
2. конкурентна форма розміщення замовлення;
5. забезпечення ризику втрати товарів;
8. визначення ціни на біржі на певний час;
9. свідоцтво приналежності, якості тощо;
10. вид цінного паперу, замітник грошей у платіжному обігу;;
12. умовна заміна назви;
13. вимога оплати;
15. змагання у бізнесі;
16. об'єкт володіння;
18. порядок дій;
19. першочерговість перевезень;
20. обмін грошей на комплект потрібних товарів;

По вертикалі:

- 3. опис з деталізацією витрат;
- 4. організаційне утворення на рівні країни;
- 6. форма безготівкових розрахунків;
- 7. документ, який засвідчує певні обставини та дії, підписаний групою осіб;
- 11. торги зі зменшенням ціни;
- 14. документ, який підтверджує володіння вантажем;
- 17. згода на оплату або гарантування оплати документів;
- 19. оферта.

Тема 8 Маркетингова політика у логістиці

Вибір маркетингової політики розподілу. Вибір каналу розподілу. Стратегії маркетингових каналів як основа формування маркетингової політики розподілу



По горизонталі:

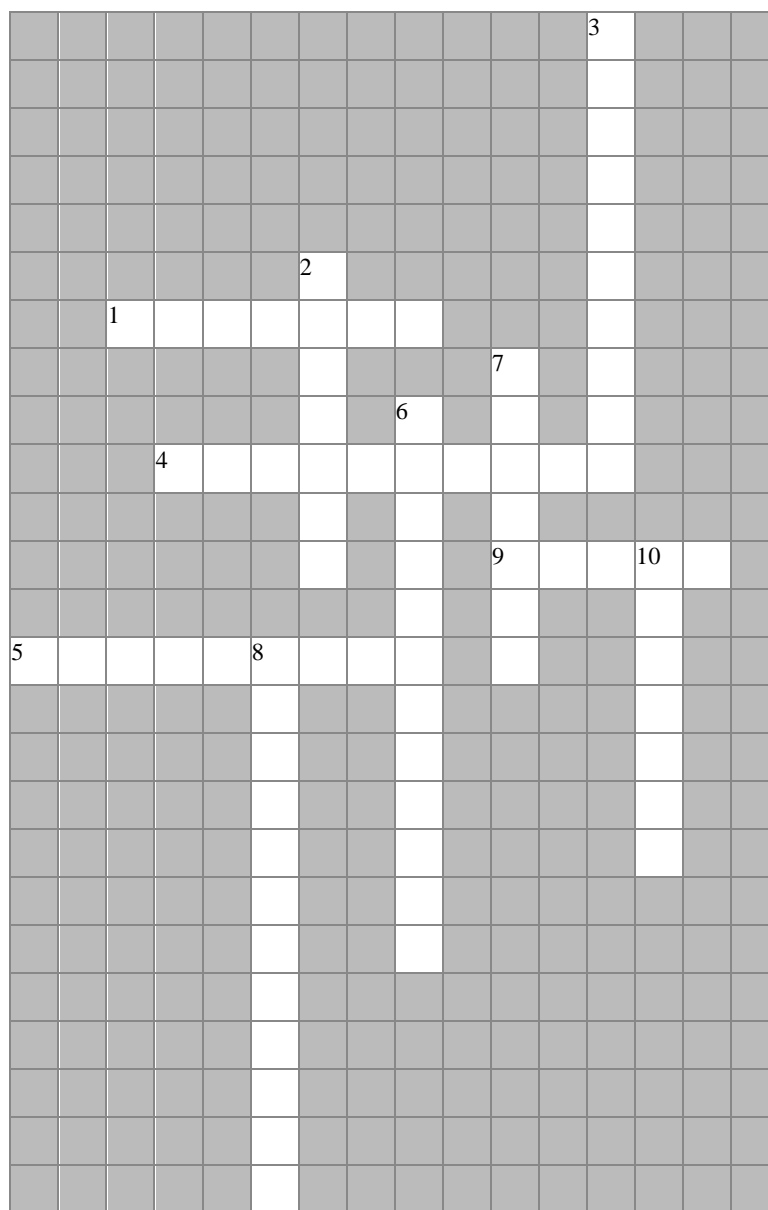
2. можливість втрат;
5. набір товарів;
7. товари для можливого забезпечення;
9. певна направленість дій
11. спрямована послідовність організацій з доставки товарів;
12. набір різновидів товарів, які виробляє або спроможне виробляти підприємство;
14. створення різновидів каналів товароруку;

По вертикалі:

1. організація, що займається роздрібним продажем товарів;
3. вид покарання;
4. встановлена рівність;
6. перевірка, спостереження;
8. підприємство роздрібної торгівлі з широким асортиментом товарів;
10. запровадження чогось нового в виробництві, управлінні, торгівлі тощо;
13. новинка.

Тема 9 Вибір оптимального каналу розподілу

Формування оптимальних каналів розподілу. Оцінка результатів діяльності каналу



По горизонталі:

1. розвиток у напрямку покращення;
4. зафіксована послідовність дій, норм витрат;
5. перевіряючий;
9. отримана вигода;

По вертикалі:

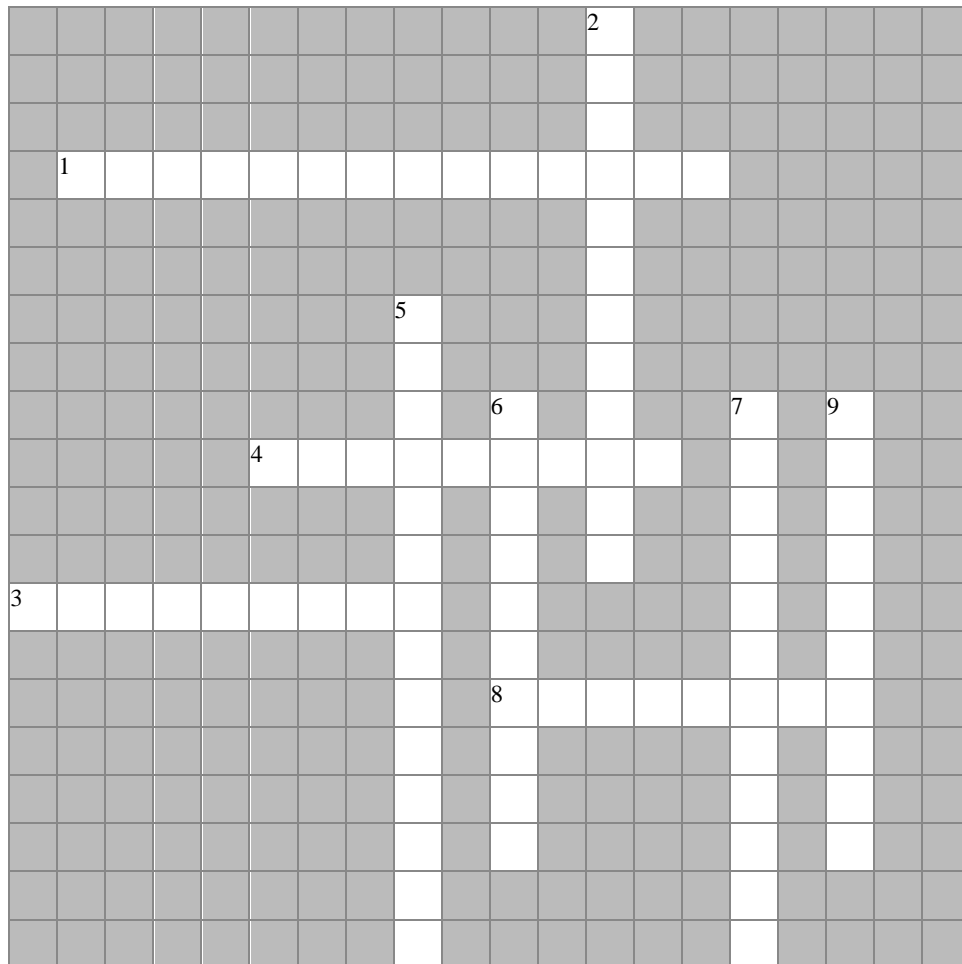
2. передбачення економічних результатів;
3. грошові вкладення;

- 6. замітник;
- 7. частка;
- 8. концентрація;
- 10. об'єкт володіння, засоби забезпечення діяльності підприємства.

Тема 10 Конкуренція в каналах розподілу

Взаємодія учасників каналу розподілу. Конфлікти в каналах.

Співробітництво у каналах. Конкуренція у каналах розподілу. Культура і якість торгівлі як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівлі



По горизонталі:

- 1. сприйняття учасниками каналу один одного та встановлення на цій основі порозуміння;
- 3. знаходження порозуміння у каналах розподілу;
- 4. взаємодія у каналах розподілу;

8. непорозуміння, різні погляди на обставини у каналі розподілу;

По вертикалі:

2. об'єднання. ущільнення;

5. прояв активності, непередбачуваність;

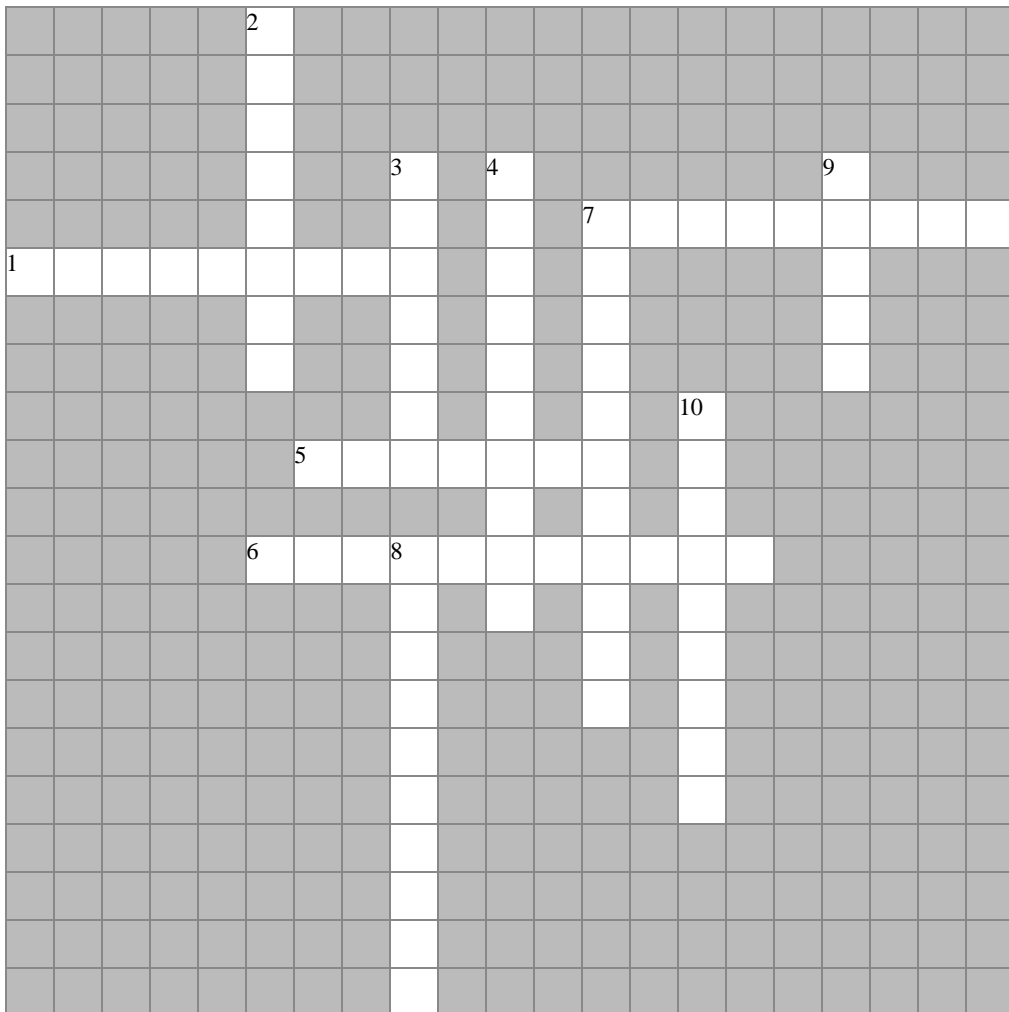
6. банківська операція;

7. сприяння відповідності;

9. сприяння вигоді.

Тема 11 Розподілення і маркетингова логістика

Сутність, завдання, принципи і функції маркетингової логістики. Системи маркетингової логістики. Системи DRP



По горизонталі:

1. ринкова діяльність, філософія бізнесу, сприяння задоволенню попиту;
5. вкладення у забезпечення товароруху;
6. взаємодія окремих частин;
7. знаходження порозуміння у питаннях логістики;

По вертикалі:

2. частина доходу, яка залишається у розпорядженні підприємства;
3. частина;
4. об'єднання, входження;
7. сприяння співвідношенню у діях;
8. протилежність у діях;
9. виручка від реалізації;
10. наука про рух товарів, комплекс дій х забезпечення розподілу.

ВІДПОВІДІ НА КРОСВОРДИ

Тема 1

По горизонталі:	По вертикалі:
3. сервіс	1. концепція
5. технологія	2. аутсорсинг
6. картограма	4. менеджмент
8. логістика	6. канал
9. логіст	7. послуга
10. мережа	10. модель
13. центр	11. інжиніринг
16. система	12. склад
17. операція	14. транспортування
18. стратегія	15. графік

Тема 2

По горизонталі:	По вертикалі:
1. товарорух	2. транзит
3. товар	4. перевізник
5. субпідрядник	6. складування
8. канал	7. сировина
10. виробництво	9. цикл
12. замовлення	11. розподіл
	13. маркетинг

Тема 3

По горизонталі:	По вертикалі:
2. розфасування	1. комплектація
5. рух	3. контроль
6. аналіз	4. організація
7. агент	8. управління
10. цінність	9. елементи
11. матеріаломісткість	12. процес
12. планування	13. споживач
14. операція	

Тема 4

По горизонталі:	По вертикалі:
1. процедура	2. упакування
3. розподіл	5. дистрибуція
4. мережа	6. матеріал
7. поставка	8. транспорт
12. підприємство	9. моделювання
14. інтенсивність	10. персонал
15. конкуренція	11. експедитор
16. виробництво	13. промисловість
17. планування	18. торгівля
19. розміщення	20. забезпечення

Тема 5

По горизонталі:	По вертикалі:
3. контракт 6. оформлення 7. споживання 9. закупівля 11. оптовик 13. продаж 16. контингент	1. продукт 2. партія 4. асортимент 5. товарообіг 8. постачання 10. торгівля 11. оферта 12. вартість 14. аукціон 15. збут

Тема 6

По горизонталі:	По вертикалі:
1. франчайзинг 2. децентралізація 5. база 6. контрагент 8. контейнер 11. термінал 14. брокер 16. біржа 18. роздріб 19. оборотність 20. екземпляр 22. мережа	3. угода 4. каса 7. партія 9. акціонер 10. ринок 11. товаропостачання 12. фургон 13. кооператив 15. ритейлінг 17. торговець 21. маршрут 22. модуль

Тема 7

По горизонталі:	По вертикалі:
1. комітет 2. тендер 5. порука 8. котирування 9. сертифікат 10. вексель 12. код 13. чек 15. конкуренція 16. власність 18. процедура 19. пріоритет 20. закупівля	3. кошторис 4. держава 6. акредитив 7. протокол 11. редукціон 14. свідоцтво 17. акцепт 19. пропозиція

Тема 8

По горизонталі:	По вертикалі:
2. ризик	1. ритейлер
5. партія	3. санкція
7. запас	4. баланс
9. політика	6. контроль
11. канал	8. супермаркет
12. асортимент	10. новація
14. селекція	13. ексклюзив

Тема 9

По горизонталі:	По вертикалі:
1. прогрес	2. прогноз
4. технологія	3. інвестиція
5. інспектор	6. альтернатива
9. ефект	7. сигмент
	8. концентрація
	10. капітал

Тема 10

По горизонталі:	По вертикалі:
1. перцептивність	2. консолідація
3. компроміс	5. експресивність
4. кооперація	6. транзакція
8. конфлікт	7. гармонізація
	9. прагматика

Тема 11

По горизонталі:	По вертикалі:
1. маркетинг	2. прибуток
5. витрати	3. сегмент
6. організація	4. інтеграція
7. компроміс	7. координація
	8. антагонізм
	9. дохід
	10. логістика

НАРАХУВАННЯ БАЛІВ ЗА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Номер та назва теми	Кількість балів за тему
Тема 1 Сутність і значення маркетингової політики розподілу	1
Тема 2 Логістичний менеджмент і механізми використання каналів розподілу	2
Тема 3 Управління товарним рухом	2
Тема 4 Розподіл на промисловому підприємстві	2
Тема 5 Оптова торгівля в каналах розподілу	2
Тема 6 Роздрібна торгівля в каналах розподілу	2
Тема 7 Державна закупівля та державне замовлення	1
Тема 8 Маркетингова політика у логістиці	2
Тема 9 Вибір оптимального каналу розподілу	2
Тема 10 Конкуренція в каналах розподілу	2
Тема 11 Розподілення і маркетингова логістика	2
Всього:	20

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Оцінювання знань студентів в процесі виконання *самостійної роботи* здійснюється по двом напрямкам.

1. Знання економічних категорій:

“*відмінно*” – правильно визначені всі основні категорії – 0,5 бали;

“*добре*” – правильно визначені 75% основних категорій – 0,35;

“*задовільно*” – правильно визначені 60% основних категорій – 0,15.

“*незадовільно*” – відсутні знання економічних категорій – 0 балів.

2. Виконання проблемних завдань:

“*відмінно*” – повне виконання завдання із використанням творчого підходу до розв’язання проблеми, що пропонується – 0,5 бали;

“*добре*” – завдання виконано повно, але творчий підхід відсутній – 0,35;

“задовільно” – завдання виконано неповно, відсутні будь-які пояснення – 0,15;

“незадовільно” – завдання не виконано – 0 балів.

Шкала оцінювання знань студентів

Визначення показника за державною шкалою	Визначення показника за шкалою ECTS	Оцінка за 100-бальною шкалою	ECTS оцінка
Відмінно	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
Добре	Дуже добре – вище середнього рівня із кількома помилками	85-89	B
	Добре – взагалі вірна робота з певною кількістю грубих помилок	75-84	C
Задовільно	Задовільно – зі значною кількістю недоліків	70-74	D
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-69	E
Незадовільно	Незадовільно – з можливістю повторного складання	35-59	FX
	Незадовільно – з обов’язковим повторним курсом	< 35	F

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Алькема В.Г., Сумець О.М. Логістика. Теорія та практика. Навчальний посібник. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 272 с.
2. Біловодська, О.А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / О.А. Біловодська. — К. : Знання, 2011. — 495 с.
3. Василенко В.А. Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2002. – 420 с.
4. Василевський М. Інформація та кадри в логістичних системах / М.Веселевський, Р.Патора. – К.: Львів. Політехніка, 2001 – 272с.
5. Гордон М.П. Логістика товародвиження / М.П.Гордон, С.Б.Карнаухов. – 2-е узд., перераб. и доп. – М.: Центр економики и маркетинга, 2001. – 195с.
6. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: Підручник – Львів: НУ «Львів.політехніка», 2004. – 416 с.
7. Логістика: Учебник / Под ред.. В.А.Аникина. – 3-е узд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА М, 2004. – 368 с.
8. Николайчук В. Е. Логистический менеджмент / В. Е. Николайчук. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009. – 980 с.
9. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник: Вид. 2-ге., перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
10. Окландер М.А. Логістика: [навч. посіб.] / М.А. Окландер. – К. : Зовнішня торгівля, 2005. – 234 с.;
11. Окландер М. Стратегічні маркетингові дослідження перспектив впливу наукових досліджень на інноваційний розвиток національної економіки / М.Окландер // Маркетинг в Україні: аналітичне наукове видання з маркетингу. – 2009. – №3(55).- С. 14–20;
12. Пономарьова Ю.В. Логістика: [навч. посіб.] / Ю.В. Пономарьова. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.;

Додаткова:

2. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент: Навч.посіб./ В.О.Василенко, Т.І.Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 532 с.
3. Інвестиційний потенціал у логістиці на прикладі автотранспорту / К.Е.Фесенко, Л.Г.Зайончик, М.П.Денисенко, В.Г.Кабанов. – К.: Наук.світ, 2002. – 259 с.
4. Логістика: Интегрированная цепь поставок / Бауэрсокс Д. Дж., Олимп-Бизнес, 2001. – 230 с.
5. Михайлова Л.І., Нехай В.В. Маркетинг збуту промислових підприємств. *Вісник СумДУ*. Серія «Економіка». Суми, 2017. №1. С. 46-51;
6. Неруш Ю.М. Логістика: Учеб. для вузов. – 2-е узд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2000. – 389 с.
7. Неруш Ю.М. Комерційна логістика: Підручник. – М.: ЮНИТИ. –2000. - 271 с.

8. Нехай В.В. Посилення ролі і значимості маркетингу на машинобудівному підприємстві. Актуальні проблеми економіки. Київ, 2011. №2 (116). С. 96-99;
9. Нехай В.В. Забезпечення маркетингової підтримки підприємства. Вісник Запорізького національного університету. Запоріжжя, 2011. №1 (9). С. 52-58;
10. Нехай В.В. Доцільність застосування маркетингу для забезпечення розвитку підприємства при трансформаційній економіці. *Економіка Крима*. Симферополь, 2010. №4 (33). С. 331-335;
11. Нехай В.В. Протиріччя та спільна мета логістики і маркетингу. Вісник національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Львів, 2011. №714. С.114-119;
12. Нехай В.В. Значення сервісу у виконанні логістичних операцій. Ученые записки Таврического Национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». Симферополь, 2011. №3 (том 24(63)). С. 50-56;
13. Нехай В.В. Управління ринком сільськогосподарської техніки на основі консолідації та прямого маркетингу. *Економіка АПК*. Київ, 2015. №12. С.68-71;
14. Нехай В.В. Застосування методології консолідованого маркетингу для вирішення проблем збуту підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь, 2018. №1 (36). С. 60 – 66;
15. Нехай В.В. Синергія складових логістичної системи та маркетингу. *Вісник СНАУ*. Суми, 2018. №8(77, 2018). С. 51-55;
16. Нехай В.В. Чинники розвитку збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування та сільського господарства країни. *Вісник Хмельницького національного університету* Хмельницький, 2018. №4(260). С. 265-270;
17. Нехай В.В. Маркетингова політика розподілу підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Мелітополь, 2018. №2 (37). С. 122-128
18. Mikhalova L.I., Nekhay V.V. Application for consolidated marketing solve the problems product sales of agricultural engineering. The scientific heritage. Budapest, 2017. № 8 (8) P.2. P.21-31
19. Николайчук В.Е. Логистика в сфере распределения. – СПб.: Питер, 2001. – 160 с.
20. Николайчук В.Е. Заготовительная и производственная логистика. – СПб.: Питер, 2001. – 160 с.
21. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. / За ред. І.В.Сороки. – К.: Студцентр, 2002. – 608 с.

- 22.Окландер М.А., Хромов О.П. Промислова логістика: Навчальний посібник – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 222 с.
- 23.Практикум по логистике. Учебное пособие, 2-е изд. Перераб. и доп. /Под ред. Б.А Аникина. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 280 с.
- 24.Родионова В.Н., Туровец О.Г., Федоркова Н.В. Логистика: Конспект лекцій. – М.: ИНФРА М, 2002. – 160с.
- 25.Сергеев В.И. Логистика в бизнесе. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 608 с.
- 26.Харісон Алан, Ван Хоук Ремко Управління логістикою. Розробка стратегій логістичних операцій / Пер. з англ.; За наук. Ред. О.Є.Міхейцева. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 368 с.