

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

КАФЕДРА ФІНАНСІВ, БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ТА СТРАХУВАННЯ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ЛОГІСТИКА»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг (D5 Маркетинг)
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський)
ФАКУЛЬТЕТ	Економічний

Біла Церква – 2025

Логістика. Робоча програма навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти економічного факультету спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг), перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / Укладачі: О.М. Варченко, І.О. Герасименко. Біла Церква: БНАУ, 2025. 26 с.

Укладачі: д-р. екон. наук, професор Варченко О.М.;
канд. екон. наук, доцент Герасименко І.О.

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри фінансів, банківської справи та страхування
(Протокол № 13 від 23 червня 2025 р.)

Завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
канд. екон. наук, доцент  Оксана ДРАГАН

Гарант ОП «Маркетинг»,
канд. екон. наук, доцент  Ірина ГЕРАСИМЕНКО

Схвалено групою зі змісту та якості освіти економічного факультету
(Протокол № 6 від 26 червня 2025 р.)

Голова групи зі змісту та якості освіти економічного факультету,
д-р. екон. наук, професор  Ігор ПАСКА

ЗМІСТ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	5
3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ (D5 МАКРЕТИНГ)	5
4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	6
5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЛОГІСТИКА»	7
6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	9
7.1. Лекції	9
7.2. Практичні заняття	13
7.3. Самостійна робота	21
7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних та групових завдань	22
8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	22
9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	22
10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	23
11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	23
12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ	24
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	25

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Згідно з навчальним планом на 2025–2026 навчальний рік, на вивчення дисципліни «Логістика» для денної форми навчання виділено 150 академічних годин (5 кредитів ECTS), у т.ч. аудиторних – 64 години (лекції – 32, практичні заняття – 32), самостійна робота студентів – 86 годин.

Опис навчальної дисципліни за показниками та формами навчання наведено в таблиці:

Найменування показників	Шифр та найменування галузі знань, спеціальності, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів, відповідних ECTS – 5	Галузь знань 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право)	Обов'язкова	
		<i>Рік підготовки:</i>	
Змістових модулів – 3	Спеціальність: 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	3-й	4-й
Індивідуальне навчально-дослідне завдання – розрахункове		<i>Семестр</i>	
Загальна кількість академічних годин – 150		6-й	8-й
		<i>Лекції</i>	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 5	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	32 год.	6 год.
		<i>Практичні</i>	
		<i>Самостійна робота</i>	
		86 год.	138 год.
		Підсумковий контроль: іспит	

Метою вивчення дисципліни «Логістика» є набуття здобувачами освіти системних знань та практичних навичок щодо організації маркетингової логістики, спрямованої на оптимізацію збутових каналів та управління ланцюгами поставок для забезпечення максимального рівня клієнтського сервісу за оптимальних витрат підприємства.

Основоположним принципом вивчення дисципліни є формування у

студентів розуміння принципів обслуговування клієнтів в цілому, а також специфіки відображення політики взаємодії із клієнтами при організації логістичної діяльності в ланцюгах поставок підприємства. Виділено особливості формування агропродовольчих ланцюгів поставок та моделі їх формування. Особлива увага у вивченні дисципліни приділяється розвитку дослідницького клієнтоорієнтованого сервісу на підприємствах із різними видами діяльності, особливостей організації процесу надання послуг, їх контролю і моніторингу, а також коригування діяльності підприємства.

2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Обов'язкова навчальна дисципліна «Логістика» базується на знаннях таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Інформаційні системи і технології», «Мікро- та макроекономіка», «Маркетинг», «Менеджмент», «Інфраструктура товарного ринку».

3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ (D5 МАРКЕТИНГ)

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її

складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЛОГІСТИКА»

Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні засади логістики як науки та практичної діяльності

Тема 1.1. Основні парадигми та етапи еволюції логістики

Тема 1.2. Понятійний апарат логістики. Загальна термінологія

Тема 1.3. Логістика підприємств агропродовольчого сектору

Змістовий модуль 2. Функціональні області логістики

Тема 2.1. Закупівельна логістика

Тема 2.2. Виробнича логістика

Тема 2.3. Розподільча логістика

Тема 2.4. Транспортна логістика

Тема 2.5. Складська логістика

Змістовий модуль 3. Маркетингова логістика: тренди цифровізації, сталого розвитку та клієнтського сервісу

Тема 3.1. Логістичний сервіс та міжфункціональна логістична координація. Особливості формування агропродовольчих ланцюгів поставок

Тема 3.2. Цифрова трансформація логістики та автоматизація маркетингових каналів збуту

Тема 3.3. Стратегічне управління розподілом та дистрибуцією системі маркетингу

Тема 3.4. Реверсивна та «зелена» логістика в системі сталого маркетингу

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістові модулі та теми	Кількість годин													
	денна форма							заочна форма						
	всього	у тому числі					всього	у тому числі						
		л	п	лб	інд	СРС		л	п	лб	інд	СРС		
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні засади логістики як науки та практичної діяльності														
Тема 1.1	12	2	2			8	12	1						11
Тема 1.2	16	2	4			10	14	1						13
Тема 1.3	14		2			12	16							16
<i>Разом модуль 1</i>	42	4	8			30	42	2						40
Змістовий модуль 2. Функціональні області логістики														
Тема 2.1	10	2	2			6	10	1						9
Тема 2.2	14	4	4			6	14	1	2					11
Тема 2.3	12	4	4			4	12	1	2					9
Тема 2.4	10	2	2			6	10							10
Тема 2.5	10	4	2			4	10							10
<i>Разом модуль 2</i>	56	16	14			26	56	3	4					49
Змістовий модуль 3. Маркетингова логістика: тренди цифровізації, сталого розвитку та клієнтського сервісу														
Тема 3.1	14	4	4			6	14		2					12
Тема 3.2	14	4	2			8	14							14
Тема 3.3	10	2	2			6	12							12
Тема 3.4	14	2	2			10	12	1						11
<i>Разом за модуль 3</i>	52	12	10			30	52	1	2					49
Всього годин	150	32	32			86	150	6	6					138

Примітка: л – лекції, п – практичні заняття, лб – лабораторно-практичні заняття, інд – індивідуальні завдання, СРС – самостійна робота студентів.

7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

7.1. Лекції

Тема і зміст лекції	К-ть годин
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні засади логістики як науки та практичної діяльності	
Тема 1.1. Основні парадигми та етапи еволюції логістики. Опис навчальної дисципліни: цілей, змісту, очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання. Принципи академічної доброчесності. Основні парадигми та етапи еволюції логістики. Головні етапи розвитку логістики. Зміна парадигм логістики. Функції і завдання логістики. Діяльність міжнародних організацій. Основні підходи до визначення логістики та управління ланцюгами поставок. Тенденції та проблеми розвитку логістики в Україні. Сучасне розуміння впливу логістики на ефективність бізнесових структур. Особливості логістики на підприємствах агропродовольчого сектору економіки.	2
Тема 1.2. Понятійний апарат логістики. Загальна термінологія. Об'єкт і предмет логістики для бізнесових структур. Матеріальні потоки: трансформація, параметри, класифікація. Потоки послуг та інформації. Поняття логістичної системи. Класифікація логістичних систем. Об'єктна декомпозиція логістичних систем. Підсистема, ланка, елемент ЛС (логістичної системи). Логістична мережа. Властивості логістичної системи. Процесна декомпозиція логістичних систем. Логістичний бізнес-процес. Логістична функція та операція. Функціональні області логістики.	2
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	4
Змістовий модуль 2. Функціональні області логістики	
Тема 2.1. Закупівельна логістика. Визначення цілей та завдань управління постачанням. Важелі постачання. Методичні підходи до обґрунтування рішення «Зробити або Купити»: групи затрат та фактори, які впливають на рішення. Управління відносинами із постачальниками. Основні критерії оцінки роботи постачальників. Тактичні цілі управління постачанням. Операційні завдання управління закупівлями. Ключові показники ефективності управління постачанням.	2
Тема 2.2. Виробнича логістика. Сутність та цілі виробничої логістики. Основні виробничо-логістичні функції та операції. Тягучі (витягувальні) та штовхаючі (виштовхувальні) системи організації виробництва. Типи виробництва. Виробничий цикл. Оперативне планування виробництва. Еволюція виробничих концепцій. Принципи концепцій	4

MRP, MRP I та MRP II. Концепція «Точно у термін», KANBAN, «Оптимізована виробнича технологія», «Худе виробництво» і «Шести сігм».	
Тема 2.3. Розподільча логістика. Визначення логістики розподілу. Суб'єкти, об'єкти та функції логістики розподілу. Завдання логістики розподілу в підприємницьких структурах. Основні проблеми розподілу запасів в логістичній мережі. Елементи розподільчої інфраструктури. Основні показники ефективності логістики розподілу.	4
Тема 2.4. Транспортна логістика. Логістична інфраструктура транспорту. Основні завдання управління транспортуванням в ЛС. Види транспорту. Управління власним парком та вибір перевізника. Завдання оптимізації параметрів транспортного процесу, ключові показники ефективності. Інноваційні рішення в організації транспортування. Особливості організації міжнародних перевезень. Міжнародні транспортні коридори. Ризики при транспортуванні та методи їх зниження.	2
Тема 2.5. Складська логістика. Складська мережа та складське господарство. Склади на шляху матеріального потоку в ЛС. Основні завдання управління складуванням. Формування складської мережі підприємства та фактори успіху. Управління логістичним процесом на складі. Інноваційні рішення в організації функціонування складу (роботизація операцій). Ключові показники ефективності.	4
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	16
Змістовний модуль 3. Маркетингова логістика: тренди цифровізації, сталого розвитку та клієнтського сервісу	
Тема 3.1. Логістичний сервіс та міжфункціональна логістична координація. Особливості формування агропродовольчих ланцюгів поставок. Поняття та елементи логістичного сервісу. Показники рівня логістичного сервісу. Вплив діяльності різних функцій підприємницької структури на рівень логістичного сервісу. Сучасні тенденції у розвитку клієнтоорієнтованого підходу в логістичному обслуговуванні. Обслуговування «Customer service» і турбота про клієнта «Customercare», логістика доданої вартості для клієнта. Еволюція трьохкомпонентної структури обслуговування споживачів. Обслуговування споживачів як процес. Функції підприємства, залученого в процес обслуговування. Точка взаємодії продавця і покупця. Діяльність логістичних операторів у наданні клієнтоорієнтованого сервісу, цілі та завдання надання логістичного сервісу, місце логістики та структура сервісу, види логістичних послуг. Основні питання логістичної координації між функціями логістики, вплив координації на рівень логістичного сервісу та	4

<p>запаси. Рівень обслуговування та визначення тарифів на обслуговування клієнтів. Методи оцінки обслуговування клієнтів та фактори, що впливають на вибір. Показники оцінки обслуговування споживачів: перелік метрик, труднощі у використанні. Перелік задач контролінгу логістики. Загальна процедура контролінгу ключових бізнес-процесів ланцюга поставок. Алгоритм контролінгу логістики в ланцюгах поставок.</p> <p>Особливості функціонування агропродовольчих ланцюгів та тенденції їх розвитку; горизонтальні та вертикальні зв'язки між акторами у агропродовольчих ланцюгах, принципи забезпечення їх сталості. Формування агропродовольчих ланцюгів у період воєнного стану. Характеристика основних бізнес-процесів у ланцюгах постачання агропродовольства.</p>	
<p>Тема 3.2. Цифрова трансформація логістики та автоматизація маркетингових каналів збуту.</p> <p>Опанувати принципи цифровізації ланцюгів поставок, вивчити архітектуру MarTech-рішень для управління збутом та набути практичних навичок роботи з хмарними CRM-системами для автоматизації логістичних процесів. Визначення MarTech як поєднання маркетингу, технологій та менеджменту. Роль цифрових інструментів у скороченні «дистанції» між виробником та споживачем. Аналіз трансформації класичних каналів розподілу у цифрові екосистеми.</p> <p>Вивчення шляху замовлення в цифровому середовищі. Автоматизація обробки запитів із різних каналів (сайт, Instagram, маркетплейси). Роль CRM-систем у синхронізації маркетингових акцій із залишками на складах.</p> <p>Ознайомити із інструментами ідентифікації та простежуваності: штрих-кодування, QR-коди та RFID. Технології автоматичного збору даних у логістиці. Використання QR-кодів на пакуванні для маркетингових комунікацій (перехід на сайт, перевірка автентичності продукції). Значення простежуваності для забезпечення довіри споживачів.</p> <p>Використання цифрових даних для оптимізації товарних запасів. Як алгоритми допомагають маркетологу передбачити пікові навантаження на логістику та уникнути дефіциту товарів (out-of-stock).</p>	4
<p>Тема 3.3. Стратегічне управління розподілом та дистрибуцією системі маркетингу</p> <p>Розкрити підходи до проєктування ефективних стратегії дистрибуції, координування роботи логістичних та маркетингових підрозділів та прийняття стратегічних рішень щодо вибору каналів збуту. Розгляд розподілу не як окремої функції, а як частини конкурентної стратегії. Наочно довести як логістичні потужності (склади, транспорт) обмежують або розширюють можливості маркетингу.</p> <p>Ознайомити із підходами вирішення проблеми «конфлікту інтересів» (маркетинг орієнтується до широкої номенклатури, логістика –</p>	2

<p>мінімізацію залишків); методи досягнення компромісу через показники ефективності (KPI).</p> <p>Ознайомити із теоретичними засадами здійснення стратегічного вибору каналів розподілу: власна мережа vs аутсорсинг (3PL/4PL оператори). Провести порівняльний аналіз, коли агропідприємству вигідно мати власний парк та склади, а коли краще делегувати логістику професійним операторам (наприклад, для експансії на нові ринки).</p> <p>Проектування логістичного ланцюга за критерієм «загальних витрат» (Total Cost Concept). Навчити студентів рахувати не лише вартість перевезення, а й втрачену вигоду від відсутності товару, вартість зберігання та ризику псування продукції.</p> <p>Управління відносинами в каналах дистрибуції (Partner Relationship Management). Побудова довгострокового партнерства з дилерами та дистриб'юторами. Роль цифрових платформ у прозорості взаємовідносин та контролі виконання замовлень партнерами.</p>	
<p>Тема 3.4. Реверсивна та «зелена» логістика в системі сталого маркетингу</p> <p>Сформулювати розуміння концепції сталого розвитку в логістиці, опанувати інструменти мінімізації екологічного впливу ланцюгів поставок та навчитися використовувати реверсивні потоки як інструмент підвищення клієнтської лояльності.</p> <p>Роль логістики у виконанні екологічних цілей компанії. Вплив «зелених» стандартів (скорочення вуглецевого сліду, оптимізація маршрутів для зменшення викидів) на міжнародну конкурентоспроможність, особливо для агроекспортерів.</p> <p>Розкрити маркетинговий погляд на повернення товарів. Як проста та прозора процедура повернення (через CRM-системи) знімає бар'єри перед покупкою. Логістика «зворотного шляху»: від клієнта до складу або на переробку.</p> <p>Ознайомити студентів із перевагами використання багатооборотної тари та біорозкладних матеріалів. Побудова ланцюгів «замкненого циклу», де відходи упаковки або продукції стають ресурсом. Роль еко-маркування як маркетингового сигналу для свідомого споживача.</p> <p>Провести аналіз нормативних вимог (EU Green Deal) та запитів стейкхолдерів. Оцінка економічної ефективності екологічних рішень та сформулювати засади забезпечення прибутковості «зеленої» логістики.</p>	2
<p><i>Разом за змістовий модуль 3</i></p>	12
<p>Всього</p>	32

7.2. Практичні заняття

Практичні заняття проводяться з метою поглибленого освоєння матеріалу лекцій, вироблення навичок у вирішенні практичних завдань і формуванні розрахункового інструментарію з питань логістики. Основним змістом практичних занять є активна робота кожного студента на основі того, що заняття включають в себе і спеціально підготовлені презентації-виступи за найбільш актуальними проблемами за окремими темами, водночас матеріал виступу не повинен дублювати лекційний матеріал. Тема для такого виступу може бути запропонована викладачам або обрана самим студентом. На занятті студент демонструє знання предмета, коригує інформацію, отриману в процесі лекційних і позааудиторних занять, отримує навички усного виступу і культури ведення дискусії. Крім презентації-виступу на заняттях застосовуються такі форми роботи студентів: відповідь з передбачених запитань за темою, що розглядається; виконання кейса і домашнього завдання; написання есе.

Тема і зміст заняття	К-ть годин
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні засади логістики як науки та практичної діяльності	
<p>Тема 1.1. Основні парадигми та етапи еволюції логістики.</p> <p><i>Мета заняття:</i> вивчити основні етапи розвитку логістики; закріпити основні логістичні функції та операції. Засвоїти поняття логістичної системи підприємства, навчитися складати характеристику логістичної системи. Ознайомитися із пріоритетним напрямками використання логістики та тенденціями її розвитку.</p> <p><i>Питання до обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні передумови та об'єктивні причини розвитку логістики. 2. Фактори, які впливають на сучасний розвиток логістики. 3. Економічний ефект від використання логістики в окремих галузях економіки. 4. Основні тенденції розвитку логістики в умовах глобалізації економіки та невизначеності. 5. Логістичні операції та логістичні функції, їх класифікація та характеристика. 	2
<p>Тема 1.2. Понятійний апарат логістики. Загальна термінологія.</p> <p><i>Мета заняття:</i> вивчити завдання, принципи та функції логістики. Ознайомитися із галузевими видами логістиками. Розглянути логістичне обслуговування як джерело підвищення прибутку, формування лояльності споживачів та розширення клієнтської бази. Концепція «Цінності для клієнта». Вплив логістики на підвищення переваг від придбання товарів, послуг та скорочення затрат.</p>	4

<p><i>Питання до обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Парадигма «7R» як основа логістичного мислення: чи можливо досягти ідеалу? 2. Міжфункціональна координація: чому логістика –це з'єднувальна ланка між виробництвом та маркетингом? 3. Концепція «Цінності для клієнта»: як логістика створює переваги, за які готові платити? 4. Логістичний сервіс як інструмент маркетингової лояльності. 5. Галузеві види логістики: спільне та відмінне. Порівняння особливостей агрологістики (швидкопсувні товари), промислової логістики (великі габарити) та сервісної логістики (надання послуг). Як принципи логістики адаптуються під специфіку товару? 6. Ми розглядаємо логістику не як рух вантажів, а як управління інформацією про ці вантажі. Без цифрового сліду (який ми будемо вивчати на прикладі цифрових програм створити сучасну цінність для клієнта неможливо. 7. Студентам запропоновано порівняти два бренди (наприклад, доставку води та інтернет-магазин одягу) за критерієм «Цінності для клієнта»: За рахунок чого кожен із них утримує клієнта через логістику? Яка логістична функція є критичною для кожного з них? 	
<p>Тема 1.3. Логістика підприємств агропродовольчого сектору.</p> <p><i>Мета заняття:</i> систематизувати особливості формування ланцюгів поставок продукції аграрними підприємствами. Логістичний сервіс, запаси та тривалість обслуговування. Логістичні витрати, дохід та прибуток.</p> <p><i>Питання до обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика зовнішнього матеріального потоку. 2. Класифікація видів потоків та принципи їх взаємодії. 3. Особливості функціонування агропродовольчих ланцюгів поставок. <p>Розгляд практичних кейсів по вивченню особливостей формування логістичних агропродовольчих систем поставок). Презентація проєктів «Сучасні напрями розвитку логістики аграрних підприємств» – обговорення за обраними суб'єктами господарювання із урахуванням галузевої специфіки.</p>	2
<p><i>Разом за змістовий модуль 1</i></p>	8

Змістовий модуль 2. Функціональні області логістики

<p>Тема 2.1. Закупівельна логістика. <i>Мета заняття:</i> вивчити основні моделі управління запасами, їх основні переваги та недоліки, набути практичних навичок моделювати ці системи на практичних прикладах. <i>Питання до обговорення:</i> 1. Завдання управління запасами. 2. Основні причини створення запасів. 3. Моделі управління запасами, їхні переваги та недоліки. 4. Дайте характеристику ABC і XYZ методів класифікації матеріальних запасів. Розгляд практичних кейсів щодо формування запасів на підприємстві.</p>	2
<p>Тема 2.2. Виробнича логістика. <i>Мета заняття:</i> виокремити цілі та завдання виробничої логістики, основні етапи управління виробничим процесом. Поняття та сутність використання систем MRP I, MRP II. DRP I, DRP II. <i>Питання до обговорення:</i> 1. Сутність виробничої логістики. 2. Основні завдання (активності) виробничої логістики. 3. Відмінності тягнучих (витягувальних) та штовхаючих (виштовхувальних) систем управління матеріальними потоками на виробництві. 4. Характеристика концепцій «Точно у термін», KANBAN, «Оптимізована виробнича технологія», «Худе виробництво». Розгляд практичних кейсів щодо використання систем планування/розподілу ресурсів.</p>	4
<p>Тема 2.3. Розподільча логістика. <i>Мета заняття:</i> систематизувати основні завдання розподільчої логістики, а також основні канали розподілу, набути навичків визначення зон потенційного збуту продукції та послуг. <i>Питання до обговорення:</i> 1. Завдання, які вирішуються логістикою розподілу на мікро- та макрорівнях. 2. Характеристика основних каналів розподілу товарів. Оптова та роздрібна торгівля. 3. Зона потенційного збуту продукції або послуг. 4. Чинники, що враховуються для визначення розмірів потенційного збуту. 5. Методи визначення кількості каналів розподілу продукції та послуг. 6. Алгоритм визначення довжини каналів розподілу продукції та послуг. 7. Основні критерії вибору торгового посередника. Розгляд практичних кейсів щодо визначення величини потенційного збуту, формування ланцюгів поставок продукції та їх економічної доцільності, економічного обґрунтування залучення посередників у ланцюги поставок.</p>	4

<p>Тема 2.4. Транспортна логістика.</p> <p><i>Мета заняття:</i> ситематизувати функції транспортної логістики, вивчити критерії вибору виду транспорту; набути навичок планування оптимальних маршрутів та опанувати цифрові інструменти управління перевезеннями (TMS).</p> <p><i>Питання до обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні задачі транспортної логістики. 2. Фактори, що впливають на вибір транспортних засобів. 3. Економічний зміст та склад транспортних тарифів. 4. Основні види маршрутів для транспортування вантажів. 5. Цифрові технології в транспортній логістиці. <p>TMS (Transport Management Systems): автоматизація вибору перевізника та планування завантажень.</p> <p>GPS-моніторинг та IoT: контроль місцезнаходження вантажу в реальному часі як елемент клієнтського сервісу.</p> <p>Електронний документообіг (e-ТТН): відмова від паперу та прискорення фінансових розрахунків.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Документарне забезпечення перевезення вантажів. Класичні та електронні транспортні накладні. Юридичні аспекти відповідальності перевізника. <p>Розгляд практичних кейсів щодо формування оптимальних схем транспортування вантажів, розв'язання транспортної задачі.</p>	2
<p>Тема 2.5. Складська логістика.</p> <p><i>Мета заняття:</i> вивчити підходи до обґрунтування управлінського рішення щодо користування послугами власного складу та його оренди; розрахунку точки беззбитковості діяльності складу, реальної вартості вантажопереробки та критичної величини складу.</p> <p><i>Питання до обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль складів в агробізнесі та e-commerce. <p>Специфіка зберігання сільськогосподарської продукції (елеватори, овочесховища). Склад як центр фулфілменту для інтернет-торгівлі.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Забезпечення єдності складського та транспортного процесів. <p>Концепція Cross-docking (відвантаження без тривалого зберігання). Як синхронізація даних між складом і транспортом скорочує час доставки.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Цифрові інновації та автоматизація складської діяльності <p>WMS-системи: адресне зберігання, автоматизація відбору товарів.</p> <p>Інтеграція зі збутом: як складський модуль у CRM або системах від ІТUA дозволяє маркетологу бачити залишки в реальному часі («доступно», «в резерві», «очікується»).</p> <p>Технології ідентифікації: використання терміналів збору даних (ТЗД), штрих-кодування та RFID для миттєвої інвентаризації.</p> <p>Кейс «Синхронізація залишків». Уявіть, що через маркетингову акцію надійшло 100 замовлень за годину.</p> <p><i>Завдання:</i> Опишіть, як автоматизація складу (WMS) запобігає ситуації OOS (Out-of-Stock) – коли клієнт оплатив товар, якого фактично вже немає на полиці.</p>	2

<p><i>Інструмент:</i> Використання функціоналу «Резервування товару» в CRM-системі.</p> <p>Розрахунок ефективності ТЗД (Терміналів збору даних): порівняти швидкість приймання машини зерна з паперовою накладною та за допомогою сканування штрих-кодів. Обґрунтувати, як це впливає на пропускну здатність складу.</p>	
<p><i>Разом за змістовий модуль 2</i></p>	14
<p>Змістовний модуль 3. Маркетингова логістика: управління збутом, клієнтським досвідом та сталий розвиток</p>	
<p>Тема 3.1. Логістичний сервіс та міжфункціональна логістична координація. Особливості формування агропродовольчих ланцюгів поставок.</p> <p><i>Мета заняття:</i> ознайомитися із сутністю та особливостями логістичного сервісу, основними сервісними потоками підприємства; навчитися розробляти шляхи підвищення сервісного обслуговування споживачів та оцінювати рівень логістичного обслуговування підприємства. Узагальнити принципи формування та моделі функціонування агропродовольчих ланцюгів, горизонтальні та вертикальні зв'язки між учасниками ланцюга поставок, забезпечення їх сталості.</p> <p><i>Питання до обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та особливості логістичного сервісу. 2. Етапи розробки стратегії сервісного обслуговування споживачів матеріальних потоків. 3. Планування організації логістичного сервісу. 4. Передумови та тенденції розвитку діяльності щодо надання послуг споживачам матеріальних потоків у процесі товароруку. 5. Основні особливості логістичного сервісу комерційних підприємств. 6. Система SRL (Service Response Logistics) (логістика сервісного відгуку): поняття, особливості, область використання. 7. Приклади сервісних потоків. Основні відмінності сервісних потоків від існуючих логістичних (матеріальних, фінансових, інформаційних). 8. Особливості формування агропродовольчих ланцюгів поставок, підходи до встановлення вертикальних та горизонтальних зв'язків між його учасниками. 9. Особливості формування доданої вартості у агропродовольчих ланцюгах поставок, вимоги до забезпечення їх сталості. <p>Розгляд практичних кейсів щодо раціональної організації логістичного сервісу на комерційних підприємствах, економічної доцільності використання потужностей власного складу, або його оренди; собівартості вантажопереробки, розрахунку точки безбитковості складу, критичної величини складу.</p>	4
<p>Тема 3.2. Побудова цифрової екосистеми збуту та логістики на підприємстві.</p> <p>Мета: навчитися проектувати шлях клієнта від замовлення до отримання товару на основі використання цифрових інструментів</p>	

автоматизації.

Аналіз архітектури MarTech-рішень на основі цифрових технологій: студенти вивчають кейси компаній та їх цифрових продуктів (інтеграція CRM з маркетплейсами або складськими системами). Визначити, як програмні продукти вирішують проблему «людського фактора» (помилки при вводі даних, затримка відправки ТТН).

Моделювання бізнес-процесу омніканального продажу на рівні підприємства: студенти мають змоделювати ситуацію: агрокомпанія продає через власний сайт, Facebook та Rozetka на основі доступного цифрового інструментарію, потрібно показати, як всі ці замовлення стікаються в єдине «вікно» менеджера з логістики.

Робота з інструментами автоматизації збутової логістики (демонстраційне або в демо-кабінеті): Автоматичне резервування товару під замовлення; Генерація ТТН у системі без переходу в кабінет поштового оператора; Налаштування автоматичного сповіщення клієнта про статус доставки.

Розрахунок ефективності впровадження (ROI цифровізації):

Студенти мають порівняти час обробки визначеної кількості замовлень «вручну» та через систему автоматизації. Обґрунтувати, як це впливає на логістичні витрати та клієнтський досвід (SRL).

Мета заняття: опанувати цілі та завдання інформаційної логістики, ознайомитися з видами інформаційних потоків, сутністю штрихового кодування.

Питання до обговорення:

1. Чому поєднання маркетингових технологій та логістичних операцій є критичним для виживання бізнесу в умовах e-commerce?
2. Роль цифрових продуктів українських компанії (CRM/ERP системи) у створенні «безшовного» шляху клієнта від замовлення до отримання товару.
3. Як мінімізувати «людський фактор» у логістичному ланцюгу за допомогою цифрових рішень.
4. Як цифрові продукти дозволяють одночасно керувати залишками товарів на складі при продажах через сайт, Instagram, Rozetka та фізичні точки.
5. Розкрийте переваги прямої взаємодії CRM-системи з поштовими операторами (Нова Пошта, Укрпошта) для маркетингової швидкості обслуговування.
6. Доведіть, що використання штрих-кодування та QR-кодів є інструментами контролю матеріальних потоків та побудови довіри споживача.
7. Як дані з CRM/ERP систем допомагають маркетологу прогнозувати попит та уникати дефіциту товарів на складі.
8. Яким чином проводиться розрахунок вигоди від впровадження автоматизованих систем у логістичні процеси (на прикладі кейсів української компанії ITUA).
9. Як автоматичні сповіщення про статус доставки (через чат-боти або SMS) підвищують рівень лояльності клієнтів.

Тема 3.3. Проектування стратегії дистрибуції для виходу підприємства на новий ринок.

Мета: навчитися приймати стратегічні рішення щодо вибору моделі розподілу, оцінювати ризики та вибирати оптимальну структуру каналів збуту для досягнення маркетингових цілей.

Сценарій (кейс): агропромислова компанія (наприклад, виробник органічної продукції) вирішила розширити свою присутність і вийти на ринки великих міст України. Перед командою «директорів» (студентів) стоїть вибір між трьома стратегіями:

пряма дистрибуція (Direct-to-Consumer): створення власного інтернет-магазину та служби доставки;

роздрібна експансія: співпраця з великими мережами (Сільпо, Novus) через 3PL-оператора;

дилерська мережа: продаж через регіональних дистриб'юторів.

Завдання 1. Стратегічний аналіз каналів (SWOT-аналіз каналу збуту). Кожна група аналізує одну зі стратегій. Студенти мають визначити: де компанія втрачає маржу, а де – контроль над клієнтом.

Завдання 2. Координаційний стіл «Маркетинг vs Логістика». Студенти розігрують рольову гру. Один студент (Маркетолог) вимагає доставки «день у день» і широкого асортименту на всіх точках. Інший (Логіст) доводить, що це призведе до здорожчання логістики на 40% і збитковості. Знайти компроміс (KPI), який задовольнить обидві сторони (наприклад, модель «замовлення до 12:00 – доставка наступного дня»).

Завдання 3. Обґрунтування цифрової підтримки збуту. Групи мають визначити, які дані з системи (що пропонує виділена українська компанія) їм потрібні для контролю обраної стратегії.

Завдання 4. Розрахунок «Total Cost of Distribution» (Загальні витрати). Порівняння витрат: *Власний склад + транспорт до Комісія логістичного оператора*. Студенти вчаться бачити не ціну бензину, а вартість володіння каналом збуту.

2

Тема 3.4. Моделювання сталих ланцюгів поставок: реверсивні потоки та «зелені» рішення в агромаркетингу.

Мета заняття: навчити студентів проектувати процеси повернення товарів та тари, мінімізувати екологічний вплив логістичних операцій та обґрунтовувати економічну доцільність «зелених» інвестицій.

Завдання 1. Кейс «Circular Economy (Замкнений цикл) для агропродукції» На прикладі конкретного підприємства, яке випускає преміальну олію або мед у скляній тарі.

Спроекувати систему збору використаної тари від кінцевих споживачів.

<p>Як інтегрувати це в CRM? Наприклад, нарахування бонусних балів клієнту за кожен повернутий банку (через статус замовлення «Повернення тари»).</p> <p>Розрахувати, що вигідніше: постійно купувати нову тару чи інвестувати в логістику повернень та миття.</p> <p>Завдання 2. Оптимізація «останньої милі» з еко-акцентом</p> <p>Порівняти два варіанти доставки замовлень клієнтам у Білій Церкві:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стандартна кур'єрська доставка в пластикових пакетах; 2. Доставка в перероблюваному картонному пакуванні з використанням електроскутерів або оптимізованих маршрутів (для зменшення викидів). <p>Сформулювати «зелений» меседж для клієнта на пакуванні, який підвищить цінність бренду.</p> <p>Завдання 3. Реверсивна логістика: управління незадоволеністю клієнтів.</p> <p>Розробити алгоритм дій для випадку, коли клієнт відмовляється від агропродукції (наприклад, через пошкодження упаковки під час транспортування).</p> <p>Студенти мають прописати шлях товару назад: Склад → Оцінка стану → Переробка/Утилізація.</p> <p>Як автоматично створити зворотну накладну в системі, щоб клієнт миттєво отримав заміну або кошти.</p> <p>Завдання 4. SWOT-аналіз «зелених» інновацій в агробізнесі</p> <p>Студенти діляться на групи і аналізують фактори:</p> <p>Стимули: гранти від ЄС (Green Deal), лояльність молоді, вихід на ринки Європи.</p> <p>Стримувальні: дороговартісна біо-упаковка, відсутність інфраструктури для переробки в регіоні, низька платоспроможність частини покупців.</p> <p>Під час заняття студенти використовують функціонал CRM для моделювання статусів «Повернення» та «Обмін», що демонструє практичне застосування ІТ у реверсивній логістиці.</p>	2
<i>Разом за змістовий модуль 3</i>	10
Всього	32

7.3. Самостійна робота

Самостійна робота студентів є важливою складовою частиною навчальної роботи і призначена для досягнення наступних цілей: закріплення і поглиблення отриманих знань, умінь і навичок; підготовка до практичних занять, складання модулів та іспиту; формування культури розумової праці і самостійності в пошуку нових знань. Слід наголосити, що самостійна робота студентів приносить результати лише тоді, коли вона є цілеспрямованою, систематичною і планомірною. Формами самостійної роботи студентів є вивчення наукової літератури – підручників, навчальних посібників, монографій, періодичних наукових видань в області логістики, рекомендованих викладачем.

Назва теми	К-ть годин
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні засади логістики як науки та практичної діяльності	
Тема 1.1. Основні парадигми та етапи еволюції логістики	8
Тема 1.2. Понятійний апарат логістики. Загальна термінологія	10
Тема 1.3. Логістика підприємств агропродовольчого сектору	12
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	30
Змістовий модуль 2. Функціональні області логістики	
Тема 2.1. Закупівельна логістика	6
Тема 2.2. Виробнича логістика	6
Тема 2.3. Розподільча логістика	4
Тема 2.4. Транспортна логістика	6
Тема 2.5. Складська логістика	4
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	26
Змістовий модуль 3. Маркетингова логістика: тренди цифровізації, сталого розвитку та клієнтського сервісу	
Тема 3.1. Логістичний сервіс та міжфункціональна логістична координація. Особливості формування агропродовольчих ланцюгів поставок.	6
Тема 3.2. Цифрова трансформація логістики та автоматизація маркетингових каналів збуту	8
Тема 3.3. Стратегічне управління розподілом та дистрибуцією системі маркетингу	6
Тема 3.4. Реверсивна та «зелена» логістика в системі сталого маркетингу	10
<i>Разом за змістовий модуль 3</i>	30
Всього	86

Примітка: у розрахунку годин на виконання самостійної роботи передбачено час на виконання індивідуальних завдань

7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних та групових завдань

Підготовка індивідуального завдання є однією із важливих форм вивчення дисципліни «Логістика», виконання якого зорієнтоване на посилення дослідницької складової в процесі навчання і на вироблення у студентів дослідницьких компетенцій і відповідних практичних навичок.

Головна мета виконання індивідуального завдання полягає у виробленні у студентів знань логістичної концепції, формуванні умінь і навичок та їх адаптації до практики використання інструментів функціональної логістики.

1. Розробка та презентація проєктів «Сучасні напрями розвитку логістики в комерційних структурах» групою із 5 студентів, їх обговорення.

2. Розробка та презентація проєктів на прикладі попередньо обраних підприємницьких структур у розрізі функціональних областей логістики (закупівельна, виробнича, розподільча, транспортна та складська логістика).

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час викладання дисципліни застосовуються лекції-візуалізації, робота в малих групах, мозкові атаки, метод проєктної роботи, кейсовий метод, виконання колективних та індивідуальних завдань з розглядом реальних ситуацій із вітчизняної та зарубіжної практики реалізації інструментів логістики, підготовки есе та презентацій із додержання вимог академічної доброчесності.

9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Поточний контроль з навчальної дисципліни «Логістика» включає тематичне оцінювання та модульний контроль.

Тематичне оцінювання аудиторної та самостійної роботи студентів здійснюється на основі отриманих ними поточних оцінок за усні та письмові відповіді з предмету, самостійні, практичні роботи.

Поточний контроль за виконанням ІНДЗ здійснюється відповідно до графіку виконання завдання.

Модульний контроль проводиться у письмовій формі.

Кількість отриманих балів з кожного виду навчальних робіт за різними формами поточного контролю виставляється студентам у електронний журнал після кожного контрольного заходу.

Підсумковий контроль навчальної діяльності студентів здійснюється у формі іспиту, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє

ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Склад запитань за підсумковим іспитом охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей з навчальної дисципліни.

10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання лекційних занять не передбачено. На лекційних заняттях ведеться облік присутності здобувачів для контролю відвідуваності занять.

Оцінку на практичному занятті здобувач отримує за виконані розрахункові роботи, індивідуальні завдання, командні проєкти, зроблені доповіді, презентації, активність під час дискусій.

Під час модульного та підсумкового контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є стандартизовані комп'ютерні тести.

11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання здобувачів освіти здійснюється за результатами поточного (практичні заняття, самостійна робота) та рубіжного (модульного) контролів за десятибальною шкалою – «1», «2», «3», «4» ... «10».

1 бал оцінювання (з заокругленням до цілого числа) відповідає 10 % правильних тверджень у разі усної відповіді, відповідей у тесті, виконаних завдань тощо.

Бали з модульного контролю нараховуються за виконання модульної контрольної роботи.

Відсутність студента на занятті («нб») у розрахунку середнього арифметичного значення (САЗ) приймається як «0».

У кінці семестру обчислюється САЗ всіх отриманих здобувачем вищої освіти оцінок з наступним переведенням його у бали за формулою:

$$\text{БПК} = \text{САЗ} \times k,$$

де БПК – бали з поточного контролю;

САЗ – середнє арифметичне значення усіх отриманих студентом оцінок:
k–коефіцієнт для певного виду контролю (практичні заняття, самостійна робота – «3», модульний контроль – «1» для форми підсумкового контролю «екзамен» та «4» для форми підсумкового контролю «залік»).

Результати поточного оцінювання здобувача (за 10-бальною шкалою) виставляються в електронний журнал АСУ БНАУ і автоматично переводяться у 100-бальну шкалу відповідно до розподілу балів за окремі види робіт.

Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти

За 100-бальною шкалою	За шкалою ECTS	За національною шкалою	
		іспит	залік
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
75-81	C	Задовільно	
64-74	D		
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно (незараховано) з можливістю повторного складання	
1-34	F	Незадовільно (незараховано) з обов'язковим повторним вивченням	

Розподіл балів, що присвоюється здобувачам вищої освіти за підсумкового контролю «Іспит»

Максимально можлива кількість балів, якщо форма підсумкового контролю	Практичні заняття	Самостійна робота	Модульний контроль	Підсумковий контроль	Загальний бал
Іспит	30	30	10	30	100

12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ

Наочні засоби:

слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point, Canva; науково-пізнавальні фільми із мережі Інтернет; навчально-методичне забезпечення.

Технічні засоби: мультимедійний проектор Panasonic PTLB, комп'ютер Athlon 64 X2 5000, країна походження – Україна, монітор 19" AOC 931SWL TFT.

Комп'ютерний клас: комп'ютери Intel Core I5/O3Y 8Gb, HDD 500 Gb, 14 шт., монітори Samsung. Лабораторія інформаційно-аналітичного забезпечення досліджень в аграрній економіці.

Програмне забезпечення: MS Windows, MS Office (Acces, Word, Excel, Power Point, MS Project), Firefox, ERP-система Odoo.

Системи дистанційного навчання: Moodle (teach.btsau.net.ua), Zoom, Safe Exam Browser для проведення іспитів.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Логістика: теорія і практика: навч. посіб. / О.М. Варченко, А.С. Даниленкота ін. – К.: Хай-Тек Прес, 2019 – 408 с.
2. Логістика та управління ланцюгами поставок: підручник / Є.В. Крикавський, О.А. Похильченко, М. Фертч. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2020. – 848 с.
3. Окландер М. А. Логістика. К. : Центр учбової літератури, 2023. 346 с.
4. Тюріна Н., Гой І., Бабій І. Логістика : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2021. 392 с.

Додаткова література

1. Варченко О.М., Герасименко І.О., Дмитрик О.В., Вернюк Н.О. Особливості формування маркетингових каналів розподілу сільськогосподарської продукції особистого селянського господарства (ОСГ). Економіка та управління АПК. 2021. № 1. С. 198–212. doi: 10.33245/2310-9262-2021-162-1-198-212
2. Варченко О., Герасименко І., Варченко О., Вернюк Н. Обґрунтування методів управління закупівлями матеріальних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами. Економічний аналіз. 2022. Том 32. № 1. С. 147-159. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.01.147>
3. Supply Chain Strategy in Modernization of State Support Instruments for Small Farms in Ukraine / О.М. Varchenko, D.F. Krysanov, O.V. Shubravska and at. // International Journal of Supply Chain Management. 2020. Vol. 9, No. 1. – P. 536-543.
4. Варченко О.М., Варченко О.О., Вернюк Н.О. Формування та управління маркетинговими каналами розподілу продукції сільськогосподарських підприємств. Економічний аналіз. 2023. Том 33. № 2. С. 55-67. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.02.055>
5. Варченко О.М., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Ткаченко К.В., Варченко О.О., & Тур О.В. Аграрний експортний потенціал України в умовах євроінтеграції: виклики та можливості. *Продовольчі ресурси*. 2025. №13(24). С.241-254. <https://doi.org/10.31073/foodresources2025-24-25>
7. Варченко О.М., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Ткаченко К. В., Варченко О. О., & Тур О. В. Первинне виробництво у довоєнний період і на етапі воєнного стану в Україні. *Продовольчі ресурси*. 2024. №12(23). С.246–263. <https://doi.org/10.31073/foodresources2024-23-28>
8. Варченко О.М., Крисанов Д.Ф., Герасименко І.О., Ткаченко К.В.,

Варченко О.О. & Тур О.В. Діяльність підприємств харчової індустрії України у кризові, проміжні та воєнний періоди. Продовольчі ресурси. 2024. №12(22). С. 219–233. DOI: <https://doi.org/10.31073/foodresources2024-22-22>

9. Сокур І.М., Сокур Л.М. Транспортна логістика : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2023. 222 с.

10. Логістика. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладачі: Варченко О.М., Герасименко І.О. Біла Церква, 2024. 117 с.

Інформаційні ресурси:

1. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <https://teach.btsau.net.ua/course/>
2. Наукова бібліотека БНАУ. URL: <https://library.btsau.edu.ua/>
3. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
4. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт: URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
5. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI(поточна редакція від 15.05.2021 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua
7. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України <http://sfs.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>
9. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>
10. Інтернет журнал «ДИСТРИБУЦІЯ ТА ЛОГІСТИКА». URL: <https://ukrlogistica.com.ua>
11. Сайт Logist.FM. URL: <https://logist.fm/>
12. Сайт LogisticinUkraine. URL: <https://logistics-ukraine.com/>
13. Сайт Українського логістичного альянсу. URL: <http://ulaonline.org/ua>