

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра економічної та соціальної географії

СИЛАБУС

вибіркової навчальної дисципліни

ГЕОМАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА

підготовки _____ бакалавр _____

галузі знань _____ 10 Природничі науки _____

спеціальності _____ 106 Географія _____

освітньо-професійна програма _Економічна та соціальна географія_

Силабус навчальної дисципліни “Геомаркетинг і логістика” для студентів галузі знань 10 Природничі науки, спеціальності 106 Географія, освітньо-професійної програми Економічна та соціальна географія.

Розробник: к. геогр. н., доц. кафедри економічної та соціальної географії
Поручинська І. В.

Силабус навчальної дисципліни затверджений на засіданні кафедри економічної та соціальної географії
протокол № 1 від 27 серпня 2020 р.

В. о. завідувача кафедри:  (Маковецька Л. О.)

I. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	Галузь знань: 10 Природничі науки, Спеціальність: 106 Географія Освітньо-професійна програма: Економічна та соціальна географія Освітній ступінь Бакалавр	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 180/6		Рік навчання 4-ий
		Семестр 8-ий
ІНДЗ: <u>немає</u>		Лекції 30 год.
		Практичні (семінарські) 30 год.
		Самостійна робота 108 год.
	Консультації 12 год.	
	Форма контролю: <u>залік</u>	

Таблиця 2

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Заочна форма навчання	Галузь знань: 10 Природничі науки, Спеціальність: 106 Географія Освітньо-професійна програма: Економічна та соціальна географія Освітній ступінь Бакалавр	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 180/6		Рік навчання 5-ий
		Семестр 10-ий
ІНДЗ: <u>немає</u>		Лекції 14 год.
		Практичні (семінарські) 14 год.
		Самостійна робота 130 год.
	Консультації 22 год.	
	Форма контролю: <u>залік</u>	

II. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

Таблиця 3

Викладач	Поручинська Ірина Володимирівна
Науковий ступінь	Кандидат географічних наук
Вчене звання	Доцент
Посада	Доцент кафедри економічної та соціальної географії
Контактна інформація	тел. +380992074199, e-mail rinaporuchynska@gmail.com
Дні занять	

III. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Анотація курсу

Дисципліна «Геомаркетинг і логістика» є складовою частиною дисциплін вільного вибору студента. **Предметом** вивчення навчальної дисципліни є основні теоретичні положення та провідні підходи до комплексоутворення та районування, загальні закономірності формування та розвитку територіально-виробничих комплексів.

Мета і завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є навчити студентів професійно орієнтуватися в головних питаннях геомаркетингу та географії ринку, геологістики та географії сучасних комунікацій, сформувати у них розуміння головних підходів та методів для впровадження отриманих знань у практичну діяльність.

Основні завдання курсу: сформувати знання основ вивчення ринку та геомаркетингових досліджень, оволодіти запропонованими методами аналізу та прогнозу на основі територіально-розподіленої інформації для різних ринків та окремих сегментів; сформувати знання основ вивчення геологістики, транспортних, логістичних та комунікаційних мереж, оволодіти знаннями запропонованих методів аналізу та прогнозу.

Результати навчання

У результаті вивчення дисципліни студенти мають здобути наступні практичні навички та уміння:

Інтегральна компетентність (ІНТ): здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми комплексного регіонального дослідження, що передбачає застосування наукових підходів до оцінки умов і факторів комплексоутворення, прогнозування розвитку і функціонування господарських комплексів.

Загальні компетентності (ЗК): здатність використовувати у професійній діяльності знання з галузей природничих, соціально-гуманітарних та економічних наук; здатність вирішувати проблеми у професійній діяльності на основі абстрактного мислення, аналізу, синтезу та прогнозу; здатність до пошуку, обробки і аналізу інформації з різних джерел, що необхідна для розв'язування наукових і професійних завдань.

Фахові компетентності (ФК): Знання та практичні навички на рівні новітніх досягнень, що необхідні для дослідницької та/або інноваційної діяльності у сфері географії та освітньої діяльності; здатність застосовувати міждисциплінарні підходи при критичному осмисленні проблем географії та економіки; здатність до використання принципів, методів та організаційних процедур дослідницької та/або інноваційної діяльності.

Знати: суть геомаркетингу та його завдання; поняття ринку та його кон'юнктури, методи геомаркетингового аналізу та прогнозу; сфери застосування та особливості вирішення просторових бізнес-задач для аналізу, планування та управління територіально-розподільним бізнесом; поняття геологістики, види та принципи побудови логістичних інформаційних систем; напрями та особливості застосування інформаційні технології у логістиці та їх ефективність; методи аналізу логістичних систем та прийняття логістичних рішень, теоретичні основи географії комунікацій, методи аналізу

комунікаційно-географічних об'єктів.

Вміти: застосовувати методи геомаркетингового аналізу та прогнозу, шукати оптимальні місця розташування об'єктів різних сфер на основі територіально-розподільної інформації; вирішувати просторові бізнес-задачі для аналізу, планування та управління територіально-розподільним бізнесом різного спрямування; вміти застосовувати інформаційні технології у логістиці; застосовувати методи аналізу логістичних систем та прийняття логістичних рішень.

Структура навчальної дисципліни

Таблиця 4

Структура навчальної дисципліни для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лекції.	Практичні роботи.	Самостійна робота	Консультації	Форма контролю */ Бали
Змістовий модуль 1. Геомаркетинг та прикладні геомаркетингові дослідження						
Тема 1. Поняття про маркетинг та геомаркетинг	12	2	2	8	-	ДС/2
Тема 2. Основні види маркетингу та сфери їх застосування. Основні функції маркетингу	12	2	2	8	-	ІРС,РЗ/3
Тема 3. Поняття про ринок, його складові	12	2	2	8	-	ІРС,РЗ/3
Тема 4. Реалізація товару і система маркетингових комунікацій	14	2	2	8	2	РЗ/К /3
Тема 5 Ринок підприємств і поведінка покупців	14	2	2	8	2	РЗ/К/3
Тема 6. Ринок товарів промислового призначення.	14	2	2	8	2	РЗ/К/3
Тема 7. Моделювання та вибір територій для розміщення об'єктів різного спрямування та спеціалізації	12	2	2	8	-	РЗ/К/2
Модульна контрольна робота 1						МКР/30
Разом за змістовим модулем 1	90	14	14	56	6	50
Змістовий модуль 2. Геологістика та прикладні геологістичні дослідження						
Тема 8. Сутність логістики та геологістики	10	2	2	6	-	ІРС/3
Тема 9. Матеріальний потік та його характеристика. Види матеріальних потоків	10	2	2	6	-	ІРС/3
Тема 10. Транспортні мережі, їх структура та класифікації, топологічний та метричний аналіз	12	2	2	8	-	ІРС,ДБ/3
Тема 11. Чинники розвитку транспорту	14	2	2	8	2	РЗ/К /3
Тема 12. Показники транспортних перевезень. Показники транспортного обігу	18	4	4	8	2	ІРС/3
Тема 13. Сутність розподільчої логістики. Канали розподілу в логістиці.	14	2	2	8	2	ІРС,РЗ/К /3

Тема 14. Сутність і завдання закупівельної логістики	12	2	2	8	-	ІРС/2
Модульна контрольна робота № 2						МКР/30
Разом за змістовим модулем 2	90	16	16	52	6	50
Всього годин/Балів	180	30	30	108	12	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач / кейсів, ІНДЗ / ІРС – індивідуальне завдання / індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР / КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

Таблиця 5

Структура навчальної дисципліни для заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лекції.	Практичні роботи.	Самостійна робота	Консультації	Форма контролю */ Бали
Тема 1. Основні види маркетингу та сфери їх застосування. Основні функції маркетингу	26	2	2	18	4	ДС/5
Тема 2. Поняття про ринок, його складові	24	2	2	18	2	ІРС, РЗ/5
Тема 3. Реалізація товару і система маркетингових комунікацій	26	2	2	18	4	ІРС/6
Тема 4. Моделювання та вибір територій для розміщення об'єктів різного спрямування та спеціалізації	24	2	2	18	2	ІРС/6
Тема 5. Сутність логістики та геологістики	24	2	2	18	2	ІРС, ДБ/6
Тема 6. Транспортні мережі, їх структура та класифікації, топологічний та метричний аналіз	28	2	2	20	4	ІРС, РЗ/6
Тема 7. Сутність розподільчої логістики. Канали розподілу в логістиці	26	2	2	20	2	ІРС, РЗ/6
Модульна контрольна робота						60
Всього годин / Балів	180	14	14	130	20	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач / кейсів, ІНДЗ / ІРС – індивідуальне завдання / індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР / КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

Завдання для самостійного опрацювання

Таблиця 6

№ з/п	Тема
1	Поняття геомаркетингу, його складові, задачі, галузі його практичного застосування
2	Типи геомаркетингових досліджень, що застосовуються в роздрібному бізнесі

3	Конкурентний аналіз територій
4	Оцінка конкретних місць під відкриття
5	Оцінка потенціалу приміщень магазину великого формату
6	Топологічні та метричні властивості мереж
7	Гілки, цикли та їхні принципи. Головні групи комунікаційних мереж
8	Характеристики вузлів мережі
9	Вибір виду транспортного засобу. Транспортні тарифи
10	Системи управління матеріальними запасами.

IV. ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика викладача щодо студента

Для одержання високого рейтингу необхідно виконувати наступні умови:

- не пропускати навчальні заняття, не спізнюватися на них та не займатися сторонніми справами на заняттях;
- чітко й вчасно виконувати навчальні завдання та завдання для самостійної роботи;
- брати участь у контрольних заходах (поточний, модульний, підсумковий та контроль самостійної роботи).

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із деканатом та керівником курсу.

Політика щодо академічної доброчесності

Прослуховуючи цей курс, Ви погодились виконувати положення принципів академічної доброчесності:

- виконувати всі поточні завдання та підсумковий контроль самостійно без допомоги сторонніх осіб;
- списування під час контрольних заходів (в т. ч. із використанням мобільних пристроїв) заборонено;
- надавати для оцінювання лише результати власної роботи;
- не публікувати відповіді на питання, що використовуються в рамках курсу для оцінювання знань студентів.

Політика щодо дедлайнів та перескладання

Самостійно вивчати матеріал пропущеного заняття, за умов не виконання завдань практичного або лабораторного занять відпрацювати їх під керівництвом викладача та захистити у час передбачений графіком консультацій викладача.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (до -50 %). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

V. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Рейтингову кількість балів здобувача освіти формують бали, отримані за модульні контрольні роботи, (максимум – 60 балів) та виконання завдань тем змістових модулів (максимум – 40 балів).

До модульної контрольної роботи допускаються здобувачі освіти, які

опрацювали весь обсяг теоретичного матеріалу в т.ч. і матеріал самостійно, виконали практичні роботи.

Форма підсумкового контролю – залік.

На залік виносяться основні питання, типові та комплексні задачі, ситуації, завдання, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати отриманні знання і застосовувати їх під час розв'язання практичних задач.

До заліку не допускається здобувач вищої освіти, який набрав менше ніж 20 балів за навчальну роботу впродовж семестру, не виконав і не здав усі практичні завдання, не відвідував без поважних причин більшу частину лекцій.

Орієнтований перелік питань до заліку

1. Концепція маркетингу.
2. Основні види маркетингу та сфери їх застосування.
3. Основні функції маркетингу. Маркетингове середовище.
4. Поняття про ринок, його складові, попит, пропозицію, кон'юнктуру, важелі регулювання.
5. Просування товару і маркетингові комунікації.
6. Реалізація товару і система маркетингових комунікацій.
7. Розподіл та збут продукції.
8. Поведінка покупця. Процес прийняття рішення про покупку.
9. Етапи процесу сприйняття товару-новинки.
10. Ринок підприємств і поведінка покупців.
11. Особливості ринку підприємств.
12. Ринок товарів промислового призначення.
13. Ринок проміжних продавців.
14. Ринок державних установ.
15. Система маркетингових комунікацій.
16. Поняття геомаркетингу, його складові, задачі, галузі його практичного застосування.
17. Типи геомаркетингових досліджень, що застосовуються в роздрібному бізнесі. Конкурентний аналіз територій.
18. Моделювання та вибір територій для розміщення об'єктів різного спрямування та спеціалізації.
19. Вибір кращих районів / територій для розміщення об'єктів.
20. Оцінка конкретних місць під відкриття.
21. Поняття успішного магазину. Можливі фактори впливу та їх класифікація.
22. Сутність логістики та геологістики.
23. Термінологічний апарат і методи геологістики. Етапи розвитку логістики.
24. Сучасна концепція логістики.
25. Мета, завдання та функції логістики. Види логістики.
26. Матеріальний потік та його характеристика. Види матеріальних потоків.
27. Ознаки класифікації матеріальних потоків.
28. Логістичні операції та їхні види.
29. Сутність і види логістичних систем.
30. Логістичні ланцюги. Головні ланки логістичних ланцюгів.

- 31.Транспортні мережі, їх структура та класифікації.
- 32.Топологічний та метричний аналіз транспортних мереж.
- 33.Гілки, цикли та їхні принципи.
- 34.Ациклічні та циклічні компоненти.
- 35.Дендрити, циклічні остови та позаостовні цикли. Топологічні яруси. Класифікація за кількістю топологічних ярусів.
- 36.Класи топологічної складності. Групи топологічних структур.
- 37.Топоморфологічна подібність комунікаційних мереж.
- 38.Граф як модель комунікаційної мережі.
- 39.Головні топологічні характеристики мережі. Характеристики вузлів мережі.
- 40.Головні метричні характеристики мережі.
- 41.Екістичні оцінки мережі.
- 42.Чинники розвитку автомобільного транспорту.
- 43.Чинники розвитку залізничного транспорту.
- 44.Чинники розвитку річкового транспорту. Чинники розвитку авіаційного транспорту.
- 45.Показники транспортних перевезень.
- 46.Поняття транспортного пункту та вузла.
- 47.Залізничні станції та вузли. Поняття полімагістралі
- 48.Класифікації морських портів. Класифікації річкових портів.
- 49.Поняття про розподільчу, транспортну, закупівельну, виробничу логістику, логістику запасів.
- 50.Сутність розподільчої логістики.
- 51.Канали розподілу в логістиці. Логістичні посередники у каналах розподілу.
- 52.Розподільчі центри у логістичних ланцюгах.
- 53.Вибір виду транспортного засобу.
- 54.Транспортні тарифи.
- 55.Сутність і завдання закупівельної логістики.
- 56.Вибір постачальника. Визначення економічного розміру замовлення.
- 57.Система постачань “точно в термін” у закупівельній логістиці.
- 58.Матеріальні запаси, причини їх створення. Види матеріальних запасів.
- 59.Системи управління матеріальними запасами.
- 60.Поняття виробничої логістики Підходи до управління матеріальними потоками у виробничій логістиці.

VI. ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Навчальна дисципліна оцінюється за 100 бальною шкалою. Переведення балів внутрішньої 100 бальної шкали в національну шкалу здійснюється наступним чином:

Таблиця 7

Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90–100	Відмінно
82–89	Дуже добре
75–81	Добре

67–74	Задовільно
60–66	Достатньо
1–59	Незадовільно

VII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Григорак М. Ю., Костюченко М. Ю., Соколова О. Є. Логістична інфраструктура. Конспект лекцій К.: Автограф, 2010. 190 с.
2. Дмитриченко М. Ф., Левковець П. Р., Ткаченко О. С. Основи теорії транспортних процесів і систем. Підручник. К.: ІНФОРМАВТОДОР, 2007. 676 с.
3. Дмитриченко М. Ф., Яцківський Л. Ю., Ширяєва С. В. Транспортні технології в системах логістики. Навч. посібник для ВНЗ. К.: Видавничий Дім «Слово», 2009. 336 с.
6. Єдина транспортна система: Навчальний посібник /Ю. В. Соколев, В. Л. Дикань, О. Г. Дейнека, І. М. Писаревський, Л. О. Поздянкова. Х.: ООО «Олант», 2002. 288с.
7. Ільєнко О. В., Катерна О. К. Геологістика: Навчальний посібник. К.: НАУ, 2013. 274 с
8. Моделювання і прогнозування для проектів геоінформаційних систем / Морозов В. В., Плоткін С. Я., Поляков М. Г. та ін. / За ред. проф. В. В. Морозова. Херсон, Вид-во ХДУ, 2007. 328 с.
9. Новікова А. М. Україна в системі міжнародних транспортних коридорів. К.: НІПМБ, 2003. 494 с.
10. Олійник Я. Б., Смирнов І. Г. Міжнародна логістика. Навч. посібн. К.: Обрії. 2011. 543 с.
10. Перекрест В. В. Формирование политики размещения розничных точек на основе принципов пространственного поведения потребителей. автореф. дисс. к.э.н., М.: 2006
11. Перекрест В. В., Рюмин М. Ю., Моисеева Н. К. Влияние пространственного фактора на поведение потребителей товаров и услуг. *Маркетинг услуг*. 2006.
12. Поручинська І. В., Поручинський В. І. Логістика з основами геологістики методичні вказівки до практичних занять для студентів денної та заочної форм навчання. Луцьк: Вежа-Друк, 2016. 40 с.
13. Поручинська І. В. Передумови впровадження “зеленої” логістики на автомобільному та залізничному транспорті Волинської області. Науковий журнал “*Молодий вчений*”. березень, 2017. № 3 (43). С. 53-57.
14. Поручинська І. В., Слащук А. М., Наневич О. К. Аналіз ринку транспортно-логістичних послуг у Волинській області. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. № 20. 2018. С. 251-256.
15. Поручинська І. В. Сучасні особливості роботи міського електричного транспорту в Україні. *Науковий вісник Східноєвропейського нац. ун-ту ім. Л. Українки*. Серія: Географічні науки. 2016. № 15 (340). С. 71-76.
16. Поручинська І. В., Слащук А. М. Територіальні відмінності транспортного забезпечення території Рівненської області. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2017. № 17. С. 251-259.

17. Смирнов І. Г. Логістика: просторово-територіальний вимір. К.: ВГЛ Обрії, 2004. 335 с.
20. Транспортная логистика
18. Струков Д. Р. Пространственно-временной анализ в маркетинге. *ArcReview*. 2005, № 4 .

Відповідно до “Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки”, що було введено в дію з 01.09.2022 https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/08/2022_Polozh_pro_otzin_%D0%A0%D0%B5%D0%B4_%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%9C%D0%95%D0%94.pdf уточнено політику оцінення підсумкового контролю

Політика оцінювання підсумкового контролю

Оцінювання знань здобувачів освіти здійснюється під час поточного контролю за результатами виконання тих видів робіт, які передбачені силабусом освітнього компонента. У цьому випадку завдання із цих видів поточного контролю оцінюються, в діапазоні від 0 до 100 балів. Мінімальна позитивна кількість балів – 60. Здобувач освіти може додатково скласти на консультаціях із викладачем ті теми, які він пропустив протягом семестру (з поважних причин), таким чином покращивши свій результат рівно на ту суму балів, яку було виділено на пропущені теми. У випадку, якщо здобувач освіти набрав менше ніж 60 балів він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються. Максимальна кількість балів під час ліквідації академічної заборгованості з заліку – 100.

Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 – 81	
67 – 74	
60 – 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)