

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ
МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ
підготовки магістра
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
спеціальності D5 Маркетинг
освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика

Силабус освітнього компонента **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ**
МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ підготовки магістра, галузі знань
D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг за освітньо-
професійною програмою Маркетинг та міжнародна логістика.

Розробник: Букало Н. А. доцент кафедри маркетингу, к. е. н., доцент

Гарант освітньої програми



Інна МИЛЬКО

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри
маркетингу
протокол № 1 від 28.08. 2025 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

I. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг Маркетинг та міжнародна логістика Другий (магістерський)	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 120/4		Рік навчання 1-й
		Семестр 1-й
		Лекції 10 год.
		Практичні 14 год.
		Самостійна робота 88 год.
		Консультації 8 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання	Українська	
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=3263	

II. Інформація про викладача

Букало Надія Артемівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,

Контактна інформація – моб. 0(332)248978, BukaloNadiya@vnu.edu.ua.

Дні занять розміщено на <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

Адреса викладання курсу: вул. Винниченка, 28, корпус G ВНУ імені Лесі Українки

III. Опис освітнього компонента

1.Анотація освітнього компонента. Необхідною умовою розвитку економіки України є значне розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємств, розширення сфери міжнародних послуг. Вибірковий освітній компонент «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг» спрямований на формування у здобувачів освіти системного уявлення про сучасні підходи до проведення маркетингових досліджень у сфері міжнародної логістики.

Здобувачі освіти здобувають знання щодо методів збору, обробки та аналізу маркетингової інформації, що використовується для прийняття управлінських рішень у логістичних компаніях, які працюють на глобальних ринках.

В результаті вивчення освітнього компонента здобувачі набувають компетентностей, необхідних для планування та реалізації маркетингових досліджень у сфері міжнародної логістики, включно з аналізом якості сервісу, вивченням клієнтських очікувань та адаптацією логістичних послуг до потреб різних сегментів споживачів.

ОК «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг» входить до складу вибірових освітніх компонентів професійного навчання магістрів маркетингу. Необхідність даного освітнього компонента визначається кваліфікаційною характеристикою фахівця, що передбачає готовність до практичної діяльності, оволодіння навичками дослідження зовнішніх ринків.

Предметом освітнього компонента «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг» є сукупність принципів комплексного системного дослідження міжнародної діяльності у сфері логістичних послуг.

2. Мета освітнього компонента – формування у здобувачів освіти наукового світогляду і глибоких знань, умінь і навичок у сфері маркетингових досліджень міжнародних логістичних послуг.

Завдання освітнього компонента полягають у забезпеченні теоретичної і практичної підготовки здобувачів освіти щодо здійснення маркетингу у сфері міжнародних логістичних послуг. Зокрема, розгляд форм міжнародного маркетингу та сучасних тенденцій його розвитку, дослідження середовища у сфері міжнародних логістичних послуг, процесів глобалізації, політики просування міжнародних логістичних послуг, особливостей комплексу маркетингу у сфері міжнародних послуг.

3. Soft skills. Освоєння освітнього компонента «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг» сприятиме отриманню таких **Soft skills** як вміння слухати співрозмовника, вміння вести переговори, домовлятися, переконувати, розуміння невербальних сигналів і комунікації, самопрезентація, публічні виступи, навички листування, письмове спілкування, вміння уникати або вирішувати конфлікти, вміння створювати домовленості.

ОК «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг» сприяє досягненню таких **Цілей сталого розвитку (ЦСР)**:

ЦСР 4 – Якісна освіта: поширення доступу до якісної, інклюзивної та безперервної освіти у різних країнах і регіонах.

ЦСР 8 – Гідна праця та економічне зростання: розвиток ринку міжнародних послуг стимулює створення нових робочих місць, підтримує малий та середній бізнес у сфері послуг.

ЦСР 10 – Зменшення нерівності: доступ до базових послуг для вразливих категорій населення та зменшення глобальних і регіональних диспропорцій.

ЦСР 12 – Відповідальне споживання і виробництво: просування екологічно та соціально відповідальних послуг, формування усвідомленого споживання та підвищення відповідальності сервісних компаній перед суспільством.

4. Структура освітнього компонента

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю*/ Бал
Тема 1. Сучасні тенденції в міжнародній логістиці та вплив глобалізації.	20	2	2	14	2	О (4), Т (4) ДС (4) / 12
Тема 2. Методи та інструменти маркетингових досліджень у сфері логістичних послуг.	20	2	2	14	2	ДС(3), Т (3), РЗ/К (3), О (3) / 12
Тема 3. Оцінка попиту на міжнародні логістичні послуги.	20	2	2	15	1	О(3), Т(3), РЗ/К(3), П (3) / 12
Тема Маркетингове середовище міжнародних логістичних компаній.	20	2	2	15	1	П(4), РЗ/К(4), ДС (4) / 12

Тема 5. Ціноутворення і просування логістичних послуг на світових ринках.	20	2	2	15	1	О (3), Т(3), РЗ/К(3), ДС (3) / 12
Тема 6. Оцінка ефективності логістичних сервісів та рівня задоволеності клієнтів.	20	-	4	15	1	О(4), Т(4), РЗ/К(4), ДС (4), П (4) / 20
Підсумкова контрольна робота						ПКР 20 балів
Всього годин / Балів	120	10	14	88	8	max 100 балів

Форма контролю*: ДС – дискусія, Т – тести, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ПКР – підсумкова контрольна робота, П – презентація роботи; О – опитування.

5. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота з освітнього компонента «Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг» передбачає: підготовку до аудиторних (практичних) занять, опрацювання лекційного матеріалу та самостійне опрацювання окремих тем (питань) освітнього компонента; розв’язання практичних завдань, підготовку до усіх видів контролю.

Питання та завдання для самостійної роботи визначені відповідними темами освітнього компонента та містяться в електронному курсі у веб-середовищі системи управління навчанням Moodle: <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=3263>.

Таблиця 3

Перелік питань, які виносяться на самостійне опрацювання

Назва теми	Питання, які виносяться на самостійне опрацювання	К-ть, год.
Тема 1. Сучасні тенденції в міжнародній логістиці та вплив глобалізації.	Проблеми та перспективи розвитку міжнародної логістики в сучасних умовах.	14
Тема 2. Методи та інструменти маркетингових досліджень у сфері логістичних послуг.	Сучасні цифрові технології та програмні рішення у маркетингових дослідженнях логістики.	14
Тема 3. Оцінка попиту на міжнародні логістичні послуги.	Прогнозування тенденцій розвитку попиту на міжнародні логістичні послуги.	15
Тема Маркетингове середовище міжнародних логістичних компаній.	Адаптація міжнародних логістичних компаній до змін у маркетинговому середовищі.	15
Тема 5. Ціноутворення і просування логістичних послуг на світових ринках.	Взаємозв’язок між ціноутворенням і конкурентоспроможністю логістичних компаній.	15
Тема 6. Оцінка ефективності логістичних сервісів та рівня задоволеності клієнтів	Вплив ефективності логістичних сервісів на лояльність клієнтів та конкурентоспроможність компанії.	15
Разом		88

VI. Політика оцінювання

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 26.06.2025 року (<https://salo.li/6DB8307>).

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<http://surl.li/qbxxvmw>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/jntduw>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою. У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються.

Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді

письмової відповіді на одне теоретичне питання (30 балів) та розв'язання двох ситуаційних вправ (по 35 балів кожне). Максимальна оцінка за залік 100 балів.

Перелік теоретичних питань на залік розміщено в електронному курсі у веб-середовищі системи управління навчанням Moodle: <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=3263>

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань до заліку

1. Маркетингові дослідження у сфері логістики.
2. Особливості міжнародних логістичних послуг.
3. Етапи проведення маркетингового дослідження.
4. Класифікація методів маркетингових досліджень.
5. Відмінності кількісних і якісних методів дослідження.
6. Визначення ємності ринку логістичних послуг.
7. Джерела вторинної інформації у логістичних дослідженнях.
8. Дослідження конкурентного середовища логістичних компаній.
9. Сегментація ринку логістичних послуг.
10. Оцінка потенціалу виходу на міжнародний ринок.
11. Використання фокус-груп у логістичних дослідженнях.
12. Анкетування у сфері міжнародної логістики.
13. Застосування експертного опитування в B2B-середовищі.
14. Панельні дослідження у логістичних компаніях.
15. SWOT-аналіз у маркетингових дослідженнях логістики.
16. Вивчення потреб клієнтів логістичних компаній.
17. Фактори вибору логістичного провайдера.
18. Аналіз задоволеності клієнтів логістичними послугами.
19. Застосування індексу NPS у логістиці.
20. Формування споживчої поведінки у міжнародній логістиці.
21. Оцінювання логістичних показників ефективності.
22. Аналіз витрат на логістичні послуги.
23. Вимірювання якості логістичного сервісу.
24. КРІ у маркетингових дослідженнях логістики.
25. ABC- та XYZ-аналіз у логістичних системах.
26. Розробка маркетингової стратегії логістичної компанії.
27. Інструменти просування логістичних послуг.
28. Ціноутворення в міжнародній логістиці.
29. Побудова бренду логістичної компанії.
30. Комунікаційні канали у просуванні логістичних послуг.
31. Використання Big Data у логістичних дослідженнях.
32. CRM-системи у логістичних процесах.
33. Системи трекінгу вантажів і маркетинг.
34. Діджиталізація логістичних процесів.
35. Бар'єри виходу на міжнародні логістичні ринки.
36. Митне регулювання у міжнародній логістиці.
37. Ризики міжнародних логістичних операцій.
38. Політичні фактори у дослідженнях міжнародної логістики.
39. Показники ефективного логістичного маркетингового дослідження.
40. Аналіз стратегії міжнародної логістичної компанії.
41. Використання PEST-аналізу у міжнародних логістичних дослідженнях.

42. Аналіз логістичних ланцюгів постачання у глобальному контексті.
43. Дослідження поведінки корпоративних клієнтів у сфері логістики.
44. Законодавче регулювання діяльності логістичних компаній.
45. Аналіз сезонності попиту на міжнародні логістичні послуги.
46. Роль маркетингової аналітики в управлінні логістичними рішеннями.
47. Моніторинг і прогнозування ризиків у міжнародних логістичних мережах.
48. Формування конкурентних переваг через маркетингові дослідження.
49. Вивчення впливу цифрових інновацій на логістичний сервіс.
50. Використання геоаналітики для оптимізації логістичних маршрутів.

VI. Шкала оцінювання

Таблиця 4

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

60–100 балів (зараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені програмою, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але демонструє спроможність їх усувати.

1–59 балів (незараховано): здобувач не засвоїв більшості тем освітнього компонента, не в змозі викласти зміст більшості основних питань та не може продовжити навчання чи розпочати професійну діяльність без додаткових занять з освітнього компонента.

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Букало Н. А. Маркетинг послуг : Курс лекцій для здобувачів освіти спеціальності 075 Маркетинг, освітнього рівня «бакалавр». Луцьк : ПП «Поліграфія», 2022. 92 с.
2. Безугла Л. С., Ільченко Т. В., Юрченко Н. І., Кобернюк С. О., Воловик Д. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. 300 с
3. Букало Н. А. Маркетингові дослідження: Курс лекцій. Луцьк : ПП «Поліграфія», 2023. 108 с.
4. Котлер Ф. Армсторг Г. Основи маркетингу : навч. посібник. Київ : Науковий Світ, 2023. 880 с.
5. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В. О. Козуб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.
6. Стамат В. Міжнародний сервісний маркетинг: конспект лекцій. Миколаїв: НВВ «Миколаївський національний аграрний університет», 2023. 106 с.
7. Ярова І.Є. Міжнародні логістичні послуги : конспект лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2020. 107 с.

Додаткова

1. Букало Н.А. Дослідження сфери міжнародних логістичних послуг. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення України та її регіонів в контексті глобальних трендів: управління, адміністрування, забезпечення»*. (23-24 травня 2024 р. м. Запоріжжя). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С.622-625.

2. Букало Н.А. Особливості маркетингової логістики. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами»* (15 грудня 2022. м. Луцьк). Луцьк : ЛНТУ, 2022. С. 434-436.

3. Букало Н. А. Курс лекцій до освітнього компоненту «Діагностика маркетингової та міжнародної логістичної діяльності» для здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг і міжнародна логістика». Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2025. 78 с.

4. Войтович С., Букало Н., Жуков І. Особливості застосування CRM-систем у маркетинговому та логістичному управлінні закладами послуг. *Економічний форум*. 2023. № 1. С. 63-70. URL : <http://surl.li/hcasu>

5. Котлер Ф. Армсторг Г. Основи маркетингу : навч. посібник. Київ : Науковий Світ, 2023. 880 с.

6. Букало Н.А. Маркетингові дослідження поведінки споживачів як інструмент діагностики ефективності міжнародної логістики. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2025. Том 2. № 42. С. 191-198. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2025-02-191-198>.

Інтернет-ресурси

1. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.

2. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.

3. Інформаційні ресурси у цифровому репозитарії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>