

Аннотация к рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинговая логистика в стратегии развития цепей поставок»**  
(код и наименование дисциплины)

**Объем трудоемкости:** 4 зачетных единицы

**Цель дисциплины:** приобретение обучающимися способности обобщать и критически оценивать результаты исследований теоретических и прикладных основ интегрированных маркетинговых коммуникаций, осуществляемых предприятиями сферы логистики, полученные отечественными и зарубежными исследователями; освоение методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

**Задачи дисциплины:**

- ознакомление с исследованиями российских и зарубежных ученых в области актуальных проблем управления маркетинговыми коммуникациями логистического предприятия;
- ознакомление с современными подходами к организации коммуникативного процесса логистического предприятия;
- раскрыть научные основы организации интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- проанализировать особенности коммуникационной деятельности современного логистического предприятия, осуществляемые в его внешней и внутренней среде;
- изучить предпосылки особенности раздельного и интегрированного применения средств маркетинговых коммуникаций для решения маркетинговых целей логистической фирмы;
- сформировать профессиональные установки и навыки использования инструментария маркетинговых коммуникаций для эффективного воздействия на целевые аудитории логистических фирм.
- освоение методического инструментария экономического и стратегического анализа поведения логистических предприятий в глобальной среде.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинговая логистика в стратегии развития цепей поставок» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных студентами в рамках освоения дисциплин: «Бизнес-модели и стратегическое управление», «Современные теории и практики управления» «Методы принятия организационно-управленческих решений», «Логистика снабжения в цепи поставок», «Современный стратегический анализ в логистике» и является основой для изучения следующих дисциплин: «Управление логистическими рисками», «Научно-исследовательская работа».

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-3 Способен разработать стратегии в области логистической деятельности по перевозкам грузов в цепи поставок</b>	
ИПК-3.2 Разрабатывает коммерческую политику по оказанию логистической услуги перевозки груза в цепи поставок	Знает: Маркетинговые тенденции развития российского и международного рынка логистических услуг
	Знает: Принципы проектирования и построения маркетинговых коммуникаций в стратегии развития цепей поставок
	Знает: Способы, приемы и методы оптимизации

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	маркетинговой логистики в стратегии развития цепей поставок
	Умеет: Обобщать и систематизировать потребности и мотивы клиентов в логистических услугах
	Умеет: Применять методы маркетингового анализа для разработки коммерческой политики по оказанию логистической услуги перевозки груза
	Разрабатывает маркетинговую стратегию продаж логистических услуг
	Разрабатывает сценарии маркетинговых стратегических планов улучшения качества предоставляемых логистических услуг по перевозке груза в цепи поставок

### Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (2 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Предмет, содержание и задачи курса	12	2	2		8
2.	Маркетинговая логистика, ее интегрированное применение	15	2	2		11
3.	Инструменты маркетинговой логистики в развитии цепей поставок	15	2	2		11
4.	Теоретические и методические основы исследования системы маркетинговых коммуникаций логистического предприятия	15	2	2		11
5.	Реклама, стимулирование сбыта в стратегии развития цепей поставок	15	2	2		11
6.	Связи с общественностью в стратегии развития цепей поставок	15	2	2		11
7.	Процесс маркетинговых коммуникаций: прямой маркетинг и личные продажи	15	2	2		11
8.	Организация системы маркетинговых коммуникаций в стратегии развития цепей поставок	15	2	2		11
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	117	16	16		85
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	26,7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	144	16	16		85

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 (курсе) (*заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Предмет, содержание и задачи курса	16	0,5	1,5		14

2.	Маркетинговая логистика, ее интегрированное применение	17	0,5	1,5		15
3.	Инструменты маркетинговой логистики в развитии цепей поставок	17	0,5	1,5		15
4.	Теоретические и методические основы исследования системы маркетинговых коммуникаций логистического предприятия	17	0,5	1,5		15
5.	Реклама, стимулирование сбыта в стратегии развития цепей поставок	17	0,5	1,5		15
6.	Связи с общественностью в стратегии развития цепей поставок	17	0,5	1,5		15
7.	Процесс маркетинговых коммуникаций: прямой маркетинг и личные продажи	17	0,5	1,5		15
8.	Организация системы маркетинговых коммуникаций в стратегии развития цепей поставок	17	0,5	1,5		15
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		135	4	12		119
Контроль самостоятельной работы (КСР)		8,7				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю						
Общая трудоемкость по дисциплине		144	4	12		119

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

**Курсовые работы:** *(не предусмотрена)*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *(экзамен)*

Автор: Клещева Юлия Сергеевна канд. экон. наук, доцент кафедры МЭиМ.