

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 08.06.2022 17:19:06  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

*МАРКЕТИНГОВАЯ ЛОГИСТИКА*

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

38.00.00 «Экономика и управление».

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Все профили

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинговая Логистика» направлена на формирование у студентов устойчивого комплекса знаний в области управления материальными, финансовыми и информационными потоками для нахождения оптимальных решений задач управления запасами организации, транспортирования продукции, функционирования складского хозяйства, и экономической оценки эффективности логистических операций как на макро, так и на микроуровне.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговая Логистика» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач
		УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных
ОПК-5	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Определяет области своего воздействия на процесс управления и расставляет приоритеты
		ОПК-5.2 Формирует траекторию развития объекта управления в активной среде с использованием аналитических инструментов и информационных технологий
		ОПК-5.3 Применяет современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные технологии для разработки мероприятий по повышению эффективности организации
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса	ПКО-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках

<b>Шифр</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)</b>
	маркетинга	<p>ПКО-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках</p> <p>ПКО-2.3 Формирует и используют оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения</p> <p>ПКО-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение</p>
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПКО-3.3 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговая Логистика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1.В.ДВ ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинговая Логистика».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b>
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;	Методы принятия управленческих решений Корпоративный PR Event-маркетинг ATL коммуникации	Преддипломная практика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных		
ОПК-5	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Международный маркетинг Стратегический маркетинг	Преддипломная практика
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	В2В маркетинг Международный маркетинг Маркетинговые коммуникации Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Управление продуктом	Преддипломная практика
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	В2В маркетинг Международный маркетинг Маркетинговые коммуникации Стратегический маркетинг Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Управление продуктом	Преддипломная практика

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины *Маркетинговая Логистика»* составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		3	4	5	6
Контактная работа, ак.ч.	40				40

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		3	4	5	6
Лекции (ЛК)	20				20
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	20				20
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	50				50
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18				18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>108</b>			<b>108</b>
	зач.ед.	<b>3</b>			<b>3</b>

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ОЧНО-ЗАОЧНОЙ формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		3	4	5	6
Контактная работа, ак.ч.					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.				
	зач.ед.				

\* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ЗАОЧНОЙ формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.					
в том числе:					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.				
	зач.ед.				

\* - заполняется в случае реализации программы в заочной форме

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Наименование тем дисциплины	Содержание темы
1.	Раздел 1. Функциональные основы	<b>Тема 1. Понятие и сущность логистики</b> Происхождение	ЛК, СЗ

	<p>маркетинговой логистики</p>	<p>логистики. Военная и экономическая логистика. Современное понятие логистики. Предпосылки и этапы бурного развития логистики в 20 веке. Управление цепями поставок. Отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного. Экономический эффект от использования логистики. Основные принципы эффективного использования логистики в коммерческой практике. Логистическая терминология. Функциональные области и концепции логистики. Пример оптимизации совокупных затрат за счёт внедрения логистических методов. Концепция 7R. Логистический аутсорсинг. Наиболее типичные внутрифирменные конфликты различных отделов, осуществляющих логистические функции</p>	
2.		<p>Тема 2. Закупочная логистика Сущность и задачи закупочной</p>	ЛК, СЗ

		<p>логистики. Значимость закупочной логистики для предприятия. Служба закупок. Принципы решения задачи «сделать самим или закупать». Методы рационального выбора поставщика. Стратегии работы с поставщиками. Оценка поставщиков по результатам работы для принятия решения о продлении закупок. Методы противодействия коррупционным схемам в сфере закупок.</p>	
3.	<p>Раздел 2. Регулирование товаропотоков</p>	<p>Тема 3. Запасы в логистике Назначение и типы материальных запасов. Возможные негативные причины и риски, связанные с увеличением уровня запасов. Системы управления запасами и их характеристика. Издержки выполнения заказов и издержек хранения запасов. Определение оптимального размера партии поставки продукции. Системы контроля уровня материальных запасов. Дефицит. Регулирующие параметры систем управления запасами. Система управления запасами при изменяющемся спросе. Расчёт страхового запаса. Управление и нормирование материальных запасов. Пример определения оптимального размера заказываемой партии. Сущность и примеры методов ABC и XYZ. «Канбан» и «Точно в срок».</p>	<p>ЛК, СЗ</p>
4.		<p>Тема 4. Склады в логистике Определение и виды складов.</p>	<p>ЛК, СЗ</p>

		<p>Функции складов.</p> <p>Характеристика логистического процесса на складе и складских операций.</p> <p>Общий алгоритм выбора между СОП и своим складом. Расчёт некоторых показателей работы склада. Принципы разработки эффективной системы складирования. Упаковка и грузовая единица. Типичные проблемы при планировании и осуществлении складского процесса. Методы выявления «узких мест» в складском хозяйстве.</p>	
5.	Раздел 3. Дистрибуция	<p>Тема 5. Транспортная логистика</p> <p>Сущность и задачи транспортной логистики. Недостатки и достоинства видов транспортных средств. Выбор вида транспортного средства. Транспортные тарифы. Пример оптимизации затрат на доставку груза. Критерии выбора перевозчика. Инкотермс 2000. Планирование таможенных издержек при транспортировке.</p>	ЛК, СЗ
6.		<p>Тема 6. Распределительная логистика</p> <p>Понятие распределительной логистики. Задачи распределительной логистики. Логистические каналы и их функциональные части. Уровень канала. Способы оптимального размещения и видов распределительных центров на обслуживаемой территории. Построение</p>	ЛК, СЗ



		<p>системы распределения. Взаимодействие распределительной логистики с маркетингом. Виды распределительных посредников и выбор их оптимального количества и сочетания. Логистические посредники. Особенности товара. Возвратная логистика.</p>	
7.	<p>Раздел 4. Информационная составляющая маркетинговой логистики</p>	<p>Тема 7. Информационная логистика          Сущность информационной логистики и её эволюция.          Основные виды информационных систем. СУБД. Типы АСУ. Процесс «компьютеризации» корпоративной логистики и типичные проблемы.          Информатика «Управления цепями поставок» - системы APS. Проблема Total Cost Owner</p>	ЛК, СЗ
8.		<p>Тема 8 Роль деловой культуры в при организации маркетинга.          Понятие и уровни деловой культуры, ее основные характерные черты. Отличие деловой культуры от национальной и корпоративной. Влияние основных факторов на формирование деловой культуры. Формирование ценностей национальной деловой культуры под воздействием образования.          Особенности деловых культур и конкурентные преимущества.          Культурные межрегиональные риски.</p>	ЛК, СЗ

9.		<p>Тема 9 Формирование потребительской ценности на рынке</p> <p>Определение целевого рынка. Макросегментация, микросегментация. Товарная политика. Отличия товарной политики на потребительском и промышленном рынках. Особенности политики распределения промышленных продуктов. Ценовая политика. Роль цены на промышленном и потребительском рынках. Маркетинговые коммуникации. Отличия маркетинговых коммуникаций на потребительском и промышленном рынках. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций на промышленном рынке</p>	ЛК, СЗ
----	--	---	--------

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	<p>Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.</p> <p>Аудитория 340</p>	<p>Мультимедиа проектор Casio XJ-F100W Экран настенный Digis Dsem-1105</p>
Компьютерный класс	<p>Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве <u>21</u> шт.), доской (экраном) и техническими средствами</p>	<p>Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis</p>

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	мультимедиа презентаций. Аудитория 29	Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Зал библиотеки

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

- Идрисов Шамиль Агаевич, Агаева Айгуль Шамильевна, Маркетинговая логистика. Учебное пособие, Издательство: Инфра-Инженерия, 2022 г - 268с ISBN: 978-5-9729-0920-9
- Тебекин, А. В. Логистика [Электронный ресурс] : учебник / А. В. Тебекин. - М. : Дашков и Ко, 2016. - 355 с. - ISBN 978-5-394-00571-8. – Режим доступа : <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116481>.
- Гаджинский, А. М. Логистика : учебник для бакалавров / А. М. Гаджинский. - 21-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2016. - 419 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02059-9. – 420 с.

### Дополнительная литература:

- Марр Бернارد. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер = Key performace indicators. The 75 measures every manager needs to know / Б. Марр ; Пер. с англ. А.В. Шаврина. - 4-е изд. ; Электронные текстовые данные. - М. : Лаборатория знаний, 2019. - 340 с. : ил. - ISBN 978-5-00101-102-6 : 495.00.

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

## 2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

### 1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинговая Логистика».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинговая Логистика» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

Доцент кафедры  
Маркетинга



**Черников С.Ю.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Зав. Каф. Маркетинг



**Зобов А.М.**

---

Наименование БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Зав. Каф. Маркетинг**



**Зобов А.М.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.