

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.04.2026 13:44:00
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Экономический факультет

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВАЯ ЛОГИСТИКА

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговая логистика» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 4 разделов и 8 тем и направлена на изучение The purpose of mastering the discipline «Marketing Logistics» is aimed at forming a stable set of knowledge among students in the field of material, financial and information flow management in order to find optimal solutions to the problems of inventory management, transportation of products, warehouse management, and economic assessment of the effectiveness of logistics operations at both the macro and micro levels.

Целью освоения дисциплины является The purpose of mastering the discipline «Marketing Logistics» is aimed at forming a stable set of knowledge among students in the field of material, financial and information flow management in order to find optimal solutions to the problems of inventory management, transportation of products, warehouse management, and economic assessment of the effectiveness of logistics operations at both the macro and micro levels.

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 Осуществлять 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;
ПК-3	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-3.1 Знает и владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры, а также мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-3.2 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-3.3 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;
ПК-4	Способность к разработке и	ПК-4.1 Применяет современные подходы при разработке

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	концепции продукта и формировании стратегии и методики ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-4.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, а также интегрирует различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций, в том числе и на международных рынках,; ПК-4.3 Формирует, используют и создает современные техники и методы продаж, эффективную систему товародвижения и каналов сбыта, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговая логистика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования 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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
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	Производственно-управленческая практика; <i>Основы технологии продвижения в экономике и управлении**;</i> <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i> <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i> <i>Основы экономической безопасности**;</i> <i>Безопасность в цифровой среде**;</i> <i>Международные экономические организации**;</i> <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i> <i>Мировые финансовые центры**;</i> <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i> <i>Управление корпоративными брендами**;</i> <i>Позиционирование корпоративного бренда**;</i> <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i> <i>Цифровые технологии в управлении**;</i> <i>Психология личности и профессиональное</i>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>самоопределение**;</i> <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>Продвинутый Excel**;</i> <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i> <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i> <i>Умный город: практика внедрения цифровых технологий**;</i> <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i> <i>Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i> Методика написания курсовой работы; <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Продвижение в социальных сетях**;</i> <i>Брендинг регионов**;</i> <i>Территориальный маркетинг**;</i> Цифровая грамотность; Python и SQL в экономике и управлении; <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i> <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i> <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i> <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i> <i>Комплаенс документации**;</i> <i>Управление талантами**;</i> <i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i> <i>Самокоучинг**;</i> <i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i> <i>Дизайн-мышление**;</i> <i>Маркетинг впечатлений**;</i> <i>Нейромаркетинг**;</i> <i>Основы создания личного бренда**;</i> <i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i> <i>Прикладная финансовая математика**;</i> <i>Бизнес в Интернет**;</i> <i>Методы оптимальных решений**;</i> <i>Основы бизнес-аналитики**;</i></p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Phygital-технологии в экономике**;</i> <i>Креативная экономика в городах и регионах**;</i> <i>Имидж территорий**;</i> <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i> <i>Современные финансовые технологии**;</i> <i>Основы финансового прогнозирования**;</i> <i>Цифровой банкинг**;</i></p>	
ПК-3	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Производственно-управленческая практика; <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i> <i>Ценообразование в маркетинге**;</i> <i>Политика бюджетирования в маркетинге**;</i> <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Продвижение в социальных сетях**;</i> Маркетинговые исследования; Поведение потребителей; <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**;</i> <i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**;</i> Международный маркетинг;</p>	
ПК-4	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p><i>Ценообразование в маркетинге**;</i> <i>Политика бюджетирования в маркетинге**;</i> <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**;</i> <i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**;</i> <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Продвижение в социальных сетях**;</i> <i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Брендинг регионов**;</i> <i>Территориальный маркетинг**;</i> <i>Управление корпоративными брендами**;</i> <i>Позиционирование корпоративного бренда**;</i> Маркетинговые коммуникации; Брендинг; В2В маркетинг; Маркетинг продаж; Маркетинг взаимоотношений и</p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		партнерства; Управление продуктом; Интернет-Маркетинг; Производственно-управленческая практика;	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговая логистика» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
Контактная работа, ак.ч.	42		42
Лекции (ЛК)	14		14
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	48		48
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговая логистика» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			9
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Functional basis of marketing logistics	1.1	Definition and essence of Logistics	This topic introduces the origin and evolution of logistics, showing how military and economic logistics formed the basis of the modern concept of managing material and related flows. It explains the prerequisites and key stages of the rapid development of logistics in the twentieth century and the transition to supply chain management. The difference between the logistics approach and traditional management of material flows is analysed through the focus on integrated coordination and total cost optimisation. The topic defines the economic effects of using logistics, formulates basic principles of its effective application in commercial practice, and introduces core logistics terminology, functional areas and concepts. Special attention is paid to the 7R concept as a framework for ensuring delivery of the right product, in the right quantity and condition, to the right customer, at the right place and time, and at the right cost. The topic also covers logistics outsourcing, typical intra-company conflicts between departments performing logistics functions, and an illustrative example of total cost optimisation through logistics methods	ЛК, СЗ
		1.2	Purchasing logistics	This topic reveals the essence and objectives of procurement logistics as a key link between the enterprise and its suppliers. It shows the growing importance of procurement logistics for ensuring continuity of operations, minimising total costs and maintaining required service levels. The structure and tasks of the procurement service are considered, including planning needs, supplier search and selection, ordering and delivery coordination. Particular attention is given to the principles of solving the “make or buy” problem and to methods of rational supplier choice, including criteria, scoring and multi-factor evaluation. The topic analyses strategies for working with suppliers, approaches to evaluating them based on performance results to decide on contract extension or termination, and practical tools for countering corruption schemes in procurement	ЛК, СЗ
Раздел 2	Material flow regulation	2.1	Inventory in logistics	This topic examines the purpose and main types of inventory in	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				logistics systems and their role in balancing supply and demand. It analyses possible negative causes and risks associated with increased inventory levels, such as capital tying, obsolescence, losses and reduced flexibility. Various inventory management systems and their characteristics are considered, along with the structure of order fulfilment and storage costs and methods for determining the optimal batch size (e.g. EOQ). The topic describes inventory level control systems, the phenomenon of deficit and regulatory parameters of inventory management systems for stable and variable demand. It also addresses calculation of safety stock, issues of inventory standardisation and rationing, and provides an example of determining the optimal order size. Special attention is paid to the essence and practical application of ABC and XYZ analysis and to lean inventory concepts such as Kanban and Just in Time as tools for reducing excess stock while maintaining service levels.	
		2.2	Warehousing in logistics	This topic defines the concept and main types of warehouses and clarifies their functions in the logistics system, from buffering flows to consolidating and customising shipments. It characterises the logistics process in the warehouse and key warehouse operations, such as receiving, storage, picking, packing and shipping. A general algorithm for choosing between outsourcing warehouse functions to a third-party logistics provider and developing an in-house warehouse is presented, including economic and strategic criteria. The topic introduces basic warehouse performance indicators and principles for designing an effective warehousing system, including layout, technology selection and automation possibilities. It also considers the role of packaging and cargo units in handling efficiency, typical problems in planning and implementing warehouse processes, and methods for identifying bottlenecks in warehouse operations and developing improvement measures.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Distribution	3.1	Transport logistics	This topic reveals the essence and tasks of transport logistics as the management of cargo movement between supply chain links with minimal cost and required service quality. It reviews the advantages and disadvantages of different modes of transport (road, rail, sea, air, multimodal) and discusses criteria for choosing the appropriate	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				vehicle type for specific shipments. The structure and logic of transport tariffs are examined, as well as an example of optimising delivery costs through route selection, cargo consolidation and carrier negotiations. The topic also presents criteria for selecting carriers, including reliability, price, service quality and risk factors, and introduces the basics of Incoterms 2020 and their impact on responsibility and cost allocation between parties. Special attention is given to planning customs-related costs in transportation and incorporating them into total logistics cost calculations	
		3.2	Distributive logistics	This topic introduces the concept and tasks of distribution logistics as the management of product flows from producer to end user. It examines logistics channels and their functional components, differentiating between channel levels and roles of individual participants. The topic considers methods for optimal placement and types of distribution centres in the serviced area, using criteria of cost, service level and proximity to customers. It discusses principles of building a distribution system and the interaction of distribution logistics with marketing in forming value propositions and customer service standards. Special attention is paid to types of distribution intermediaries, the choice of their optimal number and combination, and the role of specialised logistics intermediaries. The topic also analyses product characteristics that influence distribution decisions and addresses the growing importance of reverse (return) logistics in managing returns, recycling and environmental requirements	ЛК, СЗ
Раздел 4	Information flow in marketing logistics	4.1	Information in logistics	This topic reveals the essence of information logistics and traces its evolution under the influence of digital technologies and integrated supply chain management. It describes the main types of information systems used in logistics, including ERP, WMS, TMS, and the role of database management systems (DBMS) in supporting logistics decisions.	ЛК, СЗ
		4.2	Corporate culture impact on logistic operations	The topic reviews organization issues impacting the advanced planning and scheduling (APS) systems within the broader concept of supply chain management and their contribution to synchronising material and information flows. The topic concludes with discussion of the total cost of ownership problem for information systems and	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				the need to balance investment in IT infrastructure with the resulting improvements in logistics performance and flexibility.	

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: *ЛК* – лекции; *ЛР* – лабораторные работы; *СЗ* – практические/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	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Protasova, L. G. Quality management in logistics : a textbook for universities / L. G. Protasova, O. V. Pliska. — 2nd ed., revised and add. — Saint Petersburg : Lan, 2024. — 228 p. — ISBN 978-5-507-49641-9. — Text : electronic // Lan : electronic library system. — URL: <https://e.lanbook.com/book/426323>

2. Tebekin, A.V. Logistics : textbook / A.V. Tebekin. – 5th ed., ster. Moscow : Dashkov and Co., 2024. 354 p. : ill., tab., schematics. – Access mode: by subscription. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710178>

Дополнительная литература:

1. Idrisov Shamil Agaevich, Agaeva Aigul Shamilevna, Marketing logistics. Study guide, Publishing House: Infra-Engineering, 2022 - 268с ISBN: 978-5-9729-0920-9

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

<https://mega.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

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Черников Сергей

Юрьевич

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Лукина Анастасия

Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Чернышева Анна

Михайловна

Фамилия И.О.