

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины «Маркетинговая логистика»
по направлению 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
(профиль «Логистика и управление цепями поставок»).**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Предполагаемые семестры: 6

Форма контроля: экзамен, курсовая работа

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) являются формирование у студентов системы профессиональных знаний и навыков в области маркетинговой логистики, используя последние достижения в экономических науках.

Задачами курса являются: 1. Формирование понимания маркетинговой логистики в цепях поставок; 2. Обоснование и разработка мероприятий по повышению эффективности маркетинговой логистики.

Учебная дисциплина «Маркетинговая логистика» входит в профессиональный цикл Б1.В.ДВ.7.1. Знания, полученные по дисциплине «Маркетинговая логистика», непосредственно используются при изучении дисциплин базового цикла:

- Основы маркетинга;
- Моделирование бизнес-процессов;
- Экономико-математические методы в логистике;
- Логистический сервис.

Краткое содержание дисциплины:

Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинговой логистики

Маркетинговые исследования в логистических системах

Сегментирование рынка маркетинговой логистики

Конкурентная политика в системе маркетинговой логистики

Методология и принципы составления маркетинговой программы логистики

Интегрированная система управления маркетинговой логистикой

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ПК-3 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.

В результате изучения дисциплины студент должен **знать:**

- стратегии организации на обеспечение ее конкурентоспособности;
- современную теорию и практику маркетинговой логистики.

уметь анализировать и формулировать:

- разрабатывать бизнес-планы создания и развития конкурентоспособности;
- маркетинговую логистику;

- принимать и реализовывать управленческие решения исходя из особенностей функционирования маркетинговой логистики.

владеть:

- различными способами и навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.

ПК-5 - способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

В результате изучения дисциплины студент должен **знать:**

- взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний;
- современную теорию и практику маркетинговой логистики.

уметь анализировать и формулировать:

- разрабатывать бизнес-планы создания и развития конкурентоспособности;
- маркетинговую логистику;
- взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

владеть:

- различными способами и навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности;
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

ПК-7 - способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций;
- воздействие макроэкономической среды на функционирование органов государственного и муниципального управления;
- современную теорию и практику маркетинговой логистики.

уметь анализировать и формулировать:

- рыночные и специфические риски;
- поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций;
- поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения структур рынков и конкурентной среды отрасли.

владеть:

- различными способами и навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации;
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

ПК-13 - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций;
- экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;
- современную теорию и практику маркетинговой логистики.

уметь анализировать и формулировать:

- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;
- выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

владеть:

- различными способами и навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации;

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.