

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления
Кафедра коммерции и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговая логистика

Образовательная программа

38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки

**Маркетинг в туризме, Производственный менеджмент,
Налоговый менеджмент.**

Уровень высшего образования

магистратура

Форма обучения

очная, очно-заочная

Статус дисциплины: базовая

Махачкала 2020 год

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговая логистика» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (магистратура) 38.04.02 Менеджмент от «30» марта 2015г. №322.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Куцулова Ф.А., ст.преп-ль

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «10» марта 2020г., протокол № 8

Зав. кафедрой  Умавов Ю.Д.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от «13» марта 2020г.,
протокол № 7

Председатель  Гашимова Л.Г.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением
«23» марта 2020г. 
(подпись)

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	4
1.Цели освоения дисциплины.....	5
2.Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.....	6
3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).....	6
4.Объем, структура и содержание дисциплины.....	8
4.1. Объем дисциплины.....	8
4.2. Структура дисциплины.....	8
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	9
5.Образовательные технологии	9
6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов....	13
7.Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	18
7.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	18
7.2.Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	20
7.3 Типовые контрольные задания.....	23
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений навыков или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	33
8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	36
9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «ИНТЕРНЕТ», необходимых для освоения дисциплины.....	36
10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	36
11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информированных справочных систем.....	37
12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	37

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Маркетинговая логистика» входит в базовую часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02 – Менеджмент.

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга и логистики с учетом внешней и внутренней среды; реализации стратегии и тактики целевого маркетинга; элементов комплекса маркетинга и управление ими; использования маркетингового и логистического инструментария в профессиональной деятельности, формированием и развитием оптимальных хозяйственных связей, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирмы.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – **ОК-2**, общепрофессиональных – **ОПК-3**.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах -72 ч. по видам учебных занятий.

Форма обучения: очная

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС		
		всего	из них						
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	Консультации		
В	72	24	8		16			48	зачет

Форма обучения: очно-заочная

Семестр	Учебные занятия								Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС		
		всего	из них						
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	Консультации		
В	72	14	4		10			58	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Маркетинговая логистика присутствует почти во всех сферах экономической деятельности. При переходе к интенсивному пути развития и радикальным мерам по перестройке хозяйственного механизма в нашей стране значение маркетинга и логистики многократно возрастает.

«Маркетинговая логистика» тесно связана с маркетингом, логистикой, финансами, планированием производства, распределением и сбытом. Актуальность дисциплины обусловлена потенциальными возможностями повышения эффективности функционирования материалопроводящих систем, которые открывает использование маркетингового и логистического подхода.

Объектом изучения учебной дисциплины «маркетинговая логистика» являются материальные и связанные с ними информационные потоки.

Предмет курса «маркетинговая логистика» - деятельность субъектов рыночной экономики по формированию и развитию оптимальных хозяйственных связей и созданию эффективных каналов товародвижения.

Цель настоящего курса – изучение основных положений, категорий и закономерностей маркетинговой логистики как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения логистики как новой парадигмы предпринимательской деятельности, а также применение маркетингового и логистического подхода к управлению бизнес-процессами в различных сферах экономики.

Задачами дисциплины являются:

- формирование у студентов целостного представления о системе, обеспечивающей прохождение материального и информационного потоков от первичного источника сырья вплоть до конечного потребителя;
- знакомство с новейшими достижениями в области интеграции материально-технического обеспечения, производства, транспорта и торговли;
- формирование у будущего специалиста в области менеджмента, торговли ориентации на многоаспектную системную интеграцию с партнерами, обеспечивающую высокую интеграцию с партнерами, обеспечивающую конкурентоспособность товаропроводящих систем.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Маркетинговая логистика» входит в базовую часть образовательной программы магистратуры направления 38.04.02 – Менеджмент.

Дисциплина «Маркетинговая логистика» базируется на знаниях основ маркетинга, логистики, менеджмент, экономики предприятия, информатики.

Изучение данной дисциплины должно предшествовать изучению таких дисциплин как: «Управление изменениями в проекте», « Теория и методология маркетинговых исследований» .

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

К омпетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОК-2	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.	Знает: механизмы поведения в нестандартной ситуации; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; социальные и этические нормы поведения Умеет: нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; оказывать первую помощь в экстренных случаях; действовать в нестандартных ситуациях Владеет: знаниями о последствиях принятых

		решений; навыками самостоятельной защиты при нестандартных ситуациях.
ОПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает: сущность научной проблемы и научной задачи; нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности; методы анализа научной информации, изучения отечественного и зарубежного опыта по тематике исследования; особенности своей будущей профессии. Умеет: осуществлять подбор и проводить анализ научной информации; ставить задачи для научного исследования на основе анализа научной литературы; содержательно и лаконично излагать полученные результаты научных исследований, и правильно оформлять их. Владеет: навыками проведения конкретных научных исследований в рамках работ по научным темам; навыками грамотного изложения результатов собственных научных исследований (отчеты, рефераты, доклады и др.); способностью

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
	Модуль1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики								
1	Тема 1.1. Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики			2	2			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Маркетинг в системе логистического управления фирмой				2			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий

3	Тема 1.3. Сбытовая логистика			2	4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
	Итого по модулю 1:	36		4	8			24	Тестирование
	Модуль 2. Функциональные области маркетинговой логистики								
4	Тема 2.1 Система складирования и переработки продукции как объект маркетинговой логистики				4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
5	Тема 2.2. Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике			2	2			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
6	Тема 2.3. Сервис в маркетинговой логистике			2	2			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
	Итого по модулю 2:	36		4	8			24	тестирование
	ИТОГО:	72		8	16			48	зачет

Форма обучения: очно-заочная

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
	Модуль1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики								
1	Тема 1.1. Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики			2				10	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта

2	Тема 1.2. Маркетинг в системе логистического управления фирмой			2				10	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	Тема 1.3. Сбытовая логистика				4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
	Итого по модулю 1:	36		4	4			28	Тестирование
	Модуль 2. Функциональные области маркетинговой логистики								
4	Тема 2.1 Система складирования и переработки продукции как объект маркетинговой логистики				2			10	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
5	Тема 2.2. Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике				2			10	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
6	Тема 2.3. Сервис в маркетинговой логистике				2			10	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
	Итого по модулю 2:	36			6			30	тестирование
	ИТОГО:	72		4	10			58	зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики

Тема 1.1. Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики.

Краткий исторический очерк развития маркетинга и логистики. Определение понятия маркетинга и логистики. Маркетинг как система управления производством и реализацией товаров, как методология ведения торговой политики, как инструмент регулирования рыночных отношений. Маркетинговый подход к формированию целей производственной и коммерческой деятельности. Масштабы использования маркетинга. Исторические основы появления маркетинговой логистики. Маркетинг менеджмент. Цели логистики. “Шесть правил логистики”. Задачи логистики. Функции логистики. Предпосылки развития логистики: необходимость и возможность применения логистики. Этапы развития

логистики в экономике. Факторы развития логистики. Материальные потоки и логистические операции. Понятие и классификация. Методическая и органическая взаимосвязь логистики и маркетинга. Цели и задачи маркетинговой логистики.

Тема 1.2. Маркетинг в системе логистического управления фирмой

Взаимодействие маркетинга и логистики. Маркетинг организаций. Система маркетинговых исследований. Организация. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Маркетинговые посредники. Процесс ценообразования. Виды стратегии ценообразования. Коммуникационная политика. Структура управления материальными потоками. Управление маркетингом. Субъект управления маркетингом. Объект управления маркетингом. Принципы управления маркетингом. Принципы, функции и уровни управления. Принципы управления. Базовая структура теории управления маркетингом.

Тема 1.3. Сбытовая логистика.

Основные функции сбытовой деятельности. Планирование сбытовой деятельности на предприятиях. Организация сбытовой деятельности на предприятиях. Принципиальное отличие сбытовой логистики от традиционных сбыта и оптовой продажи.

Каналы распределения, преобразование канала распределения в логистическую цепь. Типы посредников в каналах распределения. Сбытовая логистика и маркетинг. Определение место расположения распределительных центров на обслуживаемой территории. Сбытовая логистика и инфраструктура товарного рынка. Решение оптимизационных задач в распределительной логистике. Оперативное регулирование сбытовой деятельности. Оптовая и розничная торговля в сбытовой деятельности.

Модуль 2. Функциональные области логистики

Тема 2.1. Система складирования и переработки продукции как объект маркетинговой логистики.

Склады, их определение и классификация. Роль складов в логистике. Функции складов и их виды. Выбор оптимального варианта складской подсистемы логистической системы: определение оптимального количества складов в зоне обслуживания, определение места расположения склада на обслуживаемой территории, принятие решения о пользовании услугами наёмного склада и др. задачи. Показатели эффективной работы логистики складского хозяйства. Технологическое оборудование современных складов. Принципы размещения распределительных складов, как условие эффективного обслуживания территорий. Моделирование складских процессов. Принципиальная схема материальных потоков и информационных потоков на складах. Организация складских процессов с элементами логистики. Современные складские технологии работы с материальными и информационными потоками.

Тема 2.2. Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике.

Сущность и задачи информационной логистики. Значение и задачи информации в логистике. Информационные потоки в логистике. Информационные системы в логистике. Виды информационных систем. Принципы построения информационных систем в логистике. Информационные технологии в коммерческой логистике. Использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых товарных кодов. Информационный поток. Информационный процесс. Информационные системы на международном уровне.

Тема 2.3. Сервис в маркетинговой логистике

Логистический сервис, понятие. Роль логистического сервиса в современных условиях. Маркетинг взаимодействия. Маркетинг услуг. Задачи сервисной логистики. Сервисное обслуживание. Уровень логистического сервиса. Виды сервисного обслуживания. Планирование логистического сервиса. Показатели качества логистического обслуживания: надежность, гибкость поставки, сроки обслуживания от получения заказа до поставки партии товара. Понятие «легко выполняемый бизнес». Алгоритм формирования системы логистического сервиса. Методы расчета уровня логистического сервиса.

4.4. Темы практических занятий

Модуль 1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики

Тема 1.1. Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики.

1. История развития маркетинга и логистики
2. Теоретические аспекты маркетинговой логистики
3. Методическая и органическая взаимосвязь логистики и маркетинга.
4. Маркетинговая логистика как система управления производством и реализацией товаров
5. Цели и задачи маркетинговой логистики.
6. Пути повышения эффективности применения маркетинговой логистики в РФ
7. Тестовый контроль

Тема 1.2. Маркетинг в системе логистического управления фирмой.

1. Управление маркетингом.
2. Принципы, функции и уровни управления.
3. Интеграция маркетинга в логистические модели.
4. Принципы логистического моделирования сбыта.
5. Структура управления материальными потоками.
6. Тестовый контроль

Тема 1.3. Сбытовая логистика.

1. Распределительная логистика: понятие и задачи.
2. Каналы распределения. Логистическая цепь.
3. Посредники в каналах распределения.
4. Распределительная логистика и маркетинг.
5. Правила распределительной логистики
6. Решение задач
7. Тестовый контроль

Модуль 2. Функциональные области логистики

Тема 2.1. Система складирования и переработки продукции как объект маркетинговой логистики.

1. Склады, их определение и классификация.
2. Роль складов в логистике. Функции складов и их виды.
3. Показатели эффективной работы логистики складского хозяйства.
4. Технологическое оборудование современных складов.
5. Принципы размещения распределительных складов, как условие эффективного обслуживания территорий
6. Тестовый контроль.

Тема 2.2. Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике.

1. Информационные системы в логистике.
2. Виды информационных логистических систем.
3. Принципы построения информационных систем в логистике.
4. Информационные технологии в коммерческой логистике.
5. Использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых товарных кодов.
6. Тестовый контроль.

Тема 2.3. Сервис в маркетинговой логистике

1. Понятие и роль логистического сервиса.
2. Формирование системы логистического сервиса.
3. Уровень логистического сервиса и затраты на сервис.
4. Критерии качества логистического сервиса.
5. Методологические принципы формирования систем логистического обслуживания.
6. Система оценки уровня логистического обслуживания.
7. Тестовый контроль.

Тема 5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта товароведной деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа магистров должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Модуль 1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики		

Тема 1.1. Введение в маркетинговую логику. Теоретические основы и понятийный аппарат маркетинга и логистики.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 1.2. Сбытовая деятельность	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 1.3. Закупочная логистика	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Модуль 2. Функциональные области маркетинговой логистики		
Тема 2.1 Информационная логистика	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.2. Транспортная логистика	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.3. Сервис в маркетинговой логистике	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с магистрами в ходе изучения материала данной дисциплины.

Самостоятельная работа магистров является важной формой образовательного процесса - это ориентация на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей бакалавров, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей личности.

Самостоятельная работа магистров по дисциплине «Маркетинговая логистика» включает все виды ее, выполняемые в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования и рабочим учебным планом.

Тематика рефератов

1. Современный рынок и маркетинговая логистика.
2. Предпосылки становления и развития маркетинга и логистики в России.
3. Логистика в системе современных экономических наук.
4. Маркетинговая логистика и конкурентоспособность предприятия.
5. Логистика хозяйственных связей в системе коммерческих отношений.
6. Маркетинг и логистика: взаимосвязь в коммерческой деятельности.
7. Логистическая концепция фирмы.
8. Логистический сервис и конкурентоспособность предприятия.
9. Логистика хозяйственных связей предприятия.
10. Сущность маркетингового и логистического подхода.
11. Современная концепция логистического управления.
12. Информационные системы в коммерческой логистике.
13. Управление товародвижением на основе маркетинговой логистики.
14. Эффективность создания и функционирования логистических систем.
15. Логистика на уровне международных экономических отношений.
16. Классификация и характеристика информационных потоков в маркетинговых логистических системах.
17. Организация внутренних и внешних информационных связей на предприятиях.
18. Направления совершенствования управления закупками.
19. Основные критерии выбора поставщика при осуществлении процесса закупки материально-технических ресурсов.
20. Организация комплексного материально-технического обеспечения и ее экономическая эффективность.
21. Основные пути снижения издержек в процессе закупки товаров производственного и потребительского назначения.
22. Пути повышения эффективности системы закупок материально-технических ресурсов.
23. Система показателей использования материальных ресурсов на предприятиях и в отраслях производства.
24. Экономические методы управления логистическими системами на предприятиях.
25. Прямые длительные хозяйственные связи и их экономическая эффективность.
26. Основные направления расширения комплекса услуг сбытовой деятельности предприятия.
27. Направления совершенствования планирования сбытовой деятельности на предприятиях и в организациях.
28. Взаимосвязь и разграничение компетенций маркетинга и сбытовой логистики.

29. Распределительные каналы: понятие, основные характеристики и виды
30. Проблемы эффективного функционирования логистики складирования
31. Пути повышения эффективности сбытовой деятельности в торгово-посреднических организациях.
32. Выбор оптимальных каналов распределения при сбыте продукции материально-технического назначения.
33. Основные направления расширения комплекса услуг транспортно-экспедиционных фирм.
34. Интеграция маркетинга и логистики.
35. Маркетинговая логистика как фактор эффективного предпринимательства.

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить четыре реферата. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. Во вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по совершенствованию деятельности предприятия и т.д. В заключение реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения.

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы,

способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;

- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ОК-2	Знает: механизмы поведения в нестандартной ситуации; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; социальные и этические нормы поведения Умеет: нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; оказывать первую помощь в экстренных случаях; действовать в нестандартных ситуациях Владеет: знаниями о последствиях принятых решений; навыками самостоятельной защиты при нестандартных ситуациях.	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование
ОПК-3	Знает: сущность научной проблемы и научной задачи; нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности; методы анализа научной информации, изучения отечественного и зарубежного опыта по тематике исследования; особенности своей будущей профессии. Умеет: осуществлять подбор и проводить анализ научной информации; ставить задачи для научного исследования на основе анализа научной литературы; содержательно и лаконично излагать полученные результаты научных исследований, и правильно оформлять их. Владеет: навыками проведения конкретных научных исследований в рамках работ по научным темам; навыками грамотного изложения результатов	Устный опрос, конспектирование законов, написание рефератов, тестирование

	собственных научных исследований (отчеты, рефераты, доклады и др.); способностью	
--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Образец тестового задания по второму 1 модулю

Вариант 1

1. Что такое логистика?

- а. Искусство перевозки.
- б. Искусство и наука управления материалопотоком.
- в. Предпринимательская деятельность.
- г. Бизнес.
- д. Планирование и контроль материалопотока.

2. Какие функциональные области входят в логистическую структуру?

- а. Запасы и транспортировка продукции.
- б. Складирование и складская обработка.
- в. Верные ответы: "А", "Б", "Г".
- г. Информация, кадры, обслуживающее производство.
- д. Маркетинг.

3. В чем выражается задача управления логистикой?

- а. В обеспечении механизма разработки задач и стратегий к области продвижения продукции.
- б. В разработке транспортного обслуживания потребителей.
- в. В определении оптимального размера заказа.
- г. В управлении запасами.
- д. В сокращении издержек.

4. Для чего служат запасы в логистической системе?

- а. Для ослабления зависимости между поставщиком, производителем и потребителем.
- б. Для удовлетворения спроса.
- в. Для равномерности работы транспорта.
- г. Для изготовления продукции.
- д. Для эффективной работы логистической системы.

5. Какие факторы оказывают влияние на логистическую систему?

- а. Научно-технический прогресс.
- б. Структурные изменения в транспорте.
- в. Цены на топливо и другие материальные ресурсы.
- г. Инфраструктура логистической системы.
- д. Все ответы верны.

6. Какой показатель является основой для анализа системы логистики?

- а. Предельные издержки.
- б. Общие издержки.
- в. Постоянные издержки.
- г. Переменные издержки.

д. Предельные и постоянные издержки.

7. С какими системами взаимодействует логистика?

а. Маркетингом.

б. Производством.

в. Менеджментом.

г. Ответы верны: «А», «Б», «В», «Д».

д. Складским хозяйством.

8. Что такое распределение?

а. Вид деятельности, куда входят реклама, реализация продукции, транспортировка и оказание услуг покупателю.

б. Оказание услуг.

в. Маркетинговые исследования.

г. Распределение, продукции.

9. Что такое физическое распределение?

а. Распределение различных видов продукции.

б. Оказание услуг потребителю.

в. Доставка продукции от продавца к потребителю.

г. Доставка сырья и материалов.

10. Что такое физическое обеспечение?

а. Доставка сырья и материалов от поставщика к потребителю.

б. Доставка продукции потребителю.

в. Доставка продукции автотранспортом.

г. Оказание услуг потребителю.

11. Каким критерием можно оценить эффективность модели логистической системы.

а. Объемом материалопотока.

б. Пробегом транспортных средств.

г. Прибылью.

д. Предельным доходом.

12. Цель логистики:

а. Создать материальный запас.

б. Организовать складское хозяйство.

в. Доставить продукцию в заданное время, в нужном количестве и с заданным уровнем издержек.

г. Обеспечить информацию.

д. Определить оптимальную величину запасов.

13. Какие функции осуществляет организационная структура логистики?

а. Формирование и развитие системы.

б. Формирование стратегии логистики в связи с рыночной политикой фирмы.

в. Системное администрирование.

г. Координацию со взаимосвязанными функциями управления.

д. Все ответы верны.

14. Что должно учитываться при формировании стратегии логистики?

а. Политика фирмы в области продаж и инвестиций.

- б. Кадровая и технологическая политика.
- в. Транспортная и сбытовая политика.
- г. Верны ответы «А» и «Б».

15. В чем суть логистической стратегии в области продвижения продукции?

- а. Спрогнозировать материалопоток.
- б. Организовать свободное распределение и обмен продукции при определенной цене на товары и услуги.
- в. Осуществить продвижение продукции от поставщиков к потребителям.
- г. Определить необходимый объем продукции для бесперебойной работы предприятия.

16. Какие существуют потоки в условиях оптимизации спроса и предложения?

- а. Физический и коммуникационный.
- б. Информационный.
- в. Физический.
- г. Распределительный.
- д. Снабженческий.

17. Какие существуют каналы распределения?

- а. Оптовые посредники.
- б. Сбытовая организация промышленных компаний.
- в. Агенты и брокеры.
- г. Розничная торговля.
- д. Ответы верны: «А», «Б», «В», «Г».

18. Деятельность, направленная на распределение и движение продукции, передачу прав собственности на нее, а также контроль и регулирование данных процессов с целью удовлетворения потребностей физических и юридических лиц и получения прибыли, называется:

- а) коммерцией;
- б) маркетингом;
- в) логистикой;
- г) сбытом.

19. Какие существуют материалопотоки по отношению к логистической системе?

- а. Внешний и внутренний.
- б. Входной и выходной.
- в. Международные и междугородные.
- г. Внутригородские.
- д. Ответы: «А», «Б».

20. Что произойдет с предложением, если увеличится цена на топливо?

- а. Рост цены и сокращение материалопотока.
- б. Рост цены.
- в. Рост материалопотока и сокращение цены.
- г. Рост материалопотока.
- д. Рост цен и рост материалопотока.

Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля

1. Раскройте содержание понятия маркетинговой логистики.
2. В чем заключается принципиальное отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного?
3. Концепция и принципы маркетинговой логистики логистики.
3. Методы оценки затрат в логистике.
4. Предпосылки использования логистического подхода к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения
5. Материальные потоки в логистике.
6. Логистические операции: понятие, классификация.
7. Методологический аппарат логистики.
8. Слагаемые экономического эффекта от применения логистики в производстве.
9. Понятие логистической системы. Виды логистических систем.
10. Сравнительная характеристика классического и системного подходов к формированию логистических систем.
11. Основные логистические функции и их распределение между различными участниками логистического процесса на макро уровне.
12. Служба логистики на предприятии: место в организационной структуре управления, основные функции, взаимосвязь с другими службами.
13. Взаимосвязь логистики и маркетинга.
14. Функциональные области логистики, их взаимосвязь
15. Сущность и задачи закупочной логистики.
16. Система поставок «точно в срок»: принципиальная схема, сравнительная характеристика с традиционным снабжением
17. Традиционная и логистическая концепции организации производства. Характеристика систем МРП, Канбан.
18. Толкающие системы управления материальными потоками в сферах производства и обращения.
19. Тянущие системы управления материальными потоками в сферах производства и обращения.
21. Распределительная логистика: понятие, отличие от традиционной оптовой продажи, задачи на макро и на микро уровне.
22. Логистические каналы и логистические цепи.
23. Задача выбора канала распределения.
24. Логистика в торговле и развитие инфраструктуры товарного рынка
26. Выбор вида транспорта.
27. Выбор перевозчика.
28. Современные методы совершенствования транспортных систем.
29. Понятие материального запаса. Причины создания материальных запасов
32. Определение оптимального объема заказываемой партии товаров.

39. Грузовая единица: понятие, роль в логистике, основные характеристики. Пакетирование грузовых единиц.

40. Информационные потоки в логистике: понятие, виды, единицы измерения.

41. Информационные системы в логистике: понятие и виды, принципы построения.

42. Штриховые коды: понятие, виды, области применения в логистике. Структура и порядок применения штрихового кода EAN-13.

43. Использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых кодов.

44. Понятие логистического сервиса. Формирование системы логистического сервиса.

45. Уровень логистического сервиса: понятие, методы расчета, определение оптимального значения.

46. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование в логистике: временные интервалы, цели, задачи, модели принятия решений.

47. Прогнозирование требований к логистике.

48. Анализ и контроль в логистике.

49. Показатели эффективности логистического менеджмента.

50. Логистический подход к организации товародвижения. Предпосылки и проблемы развития логистики в торговле.

52. Международная логистика.

53. Регулирование международных логистических операций.

54. Организация и управление международными потоками логистической цепи.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

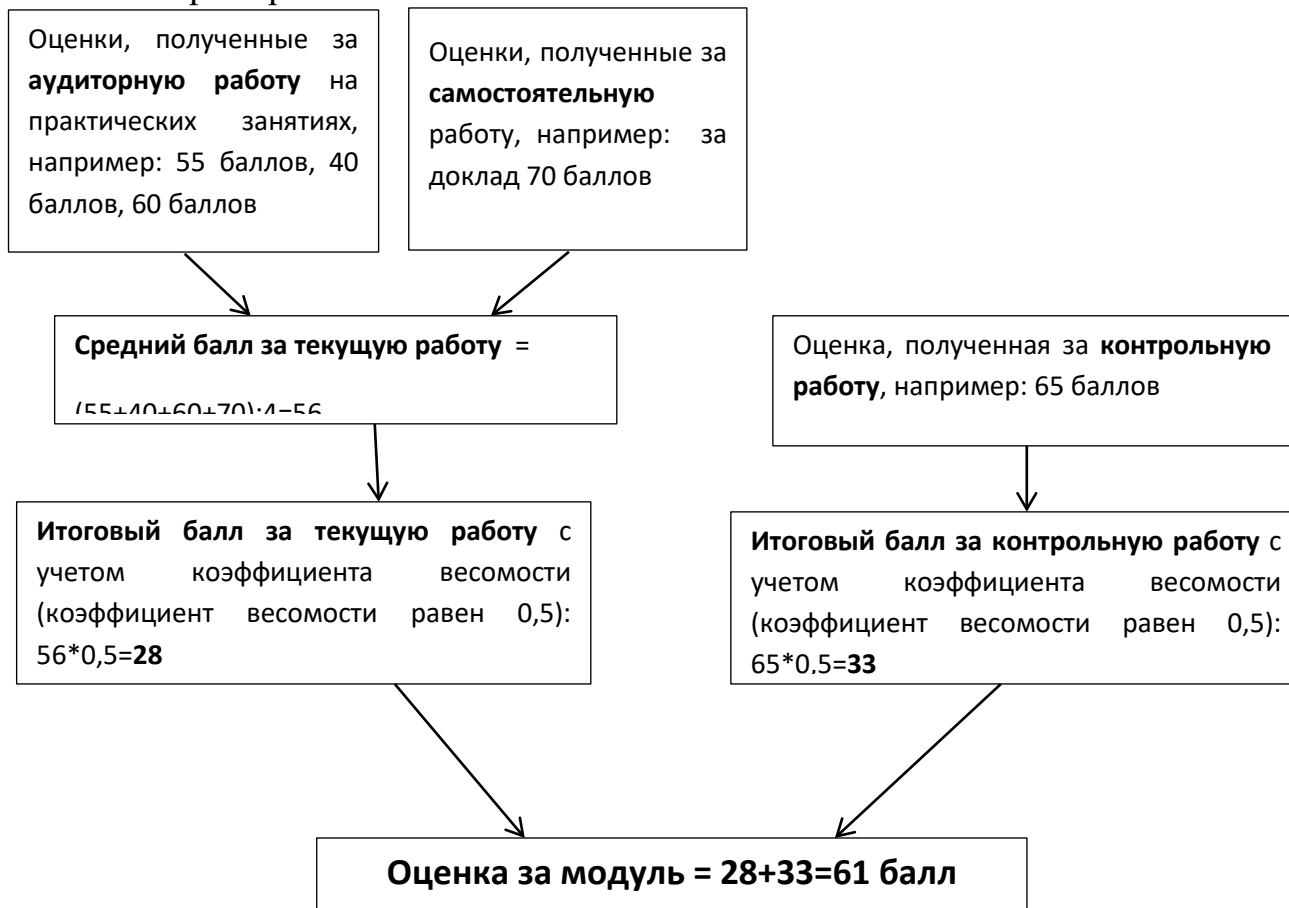
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено»
или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Тебекин А.В., Логистика. Учебник (книга) Дашков и К 2014г. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html> (дата обращения-5.04.18)
2. Гаджинский А.М., Логистика. Учебник для бакалавров (книга) Дашков и К 2016г. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html> (дата обращения-5.04.18)
3. Степанов В.И. Маркетинговая логистика: учебник . –Москва: Проспект, 2012. – 488 с.

б) дополнительная литература:

1. Аникина Б.А., Родкина Т.А. Маркетинговая логистика: Учебное пособие – Москва: Проспект, 2012г- 408с.
2. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – М.: Изд. дом «Дашков и К⁰», 2011. – 412 с.

3. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – М.: Изд. дом «Дашков и К⁰», 2011. – 412 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html> (дата обращения-5.04.18)
4. Новиков О.А., Уваров С.А. Логистика: Учебное пособие. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2013. – 208 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html> (дата обращения-5.04.18)
5. *Основы логистики: Учебное пособие / Под ред. Л.Б. Миротина и В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 200 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html> (дата обращения-5.04.18)
6. Уваров С.А. Логистика: общая концепция, теория, практика. – СПб.: Инвест – НП, 2010. – 232 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html> (дата обращения-5.04.18)
7. Медведев В.А., Присяжнюк А.С., Информационные системы и технологии в логистике и управлении цепями поставок. Учебное пособие (книга) Университет ИТМО, 2016г. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html> (дата обращения-5.04.18)

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- 1) eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2010 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.
4. [Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://www.logistika-prim.ru> - Специализированный научно-практический журнал «Логистика».
5. [Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://loginfo.ru> – Журнал о логистике в бизнесе.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой магистрам учебной дисциплины «Маркетингова логистика» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты бакалаврами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки магистра к практическим

занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения магистрами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных магистрами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях магистры в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «РИСК», «Логистика», «Логинфо», «Российская торговля» и др.

При подготовке к практическим занятиям и на занятиях магистрам рекомендуется использовать основную и дополнительную литературу, указанную в п. 1.7, а также методические материалы на бумажных и электронных носителях, разработанные автором. Это тестовый материал, тезисы лекций, методические указания к проведению практических и семинарских занятий по логистике.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработаны по данной дисциплине электронный вариант лекций. Для освоения дисциплины необходимо использовать имеющиеся технические средства обучения:

- компьютерное и мультимедийное оборудование;
- пакет прикладных обучающих программ;
- электронная библиотека дисциплины;
- Справочная правовая система «Консультант Плюс»;
- интернет-ресурсы.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.