

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины «Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания» является формирование у студентов устойчивого понимания основных понятий и закономерностей управления логистическими бизнес-процессами в цепях поставок, а также в ознакомлении с передовыми концепциями и технологиями логистики и управления цепями поставок. В процессе изучения курса студенты должны научиться понимать сущность логистических систем, систем обеспечения предприятий материально-техническими ресурсами, а также функции и задачи цепей поставок, структуры материально-технических ресурсов, классификации норм и нормативов материальных ресурсов, показателей материалоёмкости.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- 1) изучение теоретических основ транспортно-экспедиционного обслуживания;
- 2) ознакомление с основными бизнес-процессами в цепях поставок;
- 3) приобретение навыков проектирования и планирования цепей поставок;
- 4) изучение основ создания единого информационного пространства транспортно-экспедиционного обслуживания.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания» (Б1В.Д.В.3) относится к вариативной части профессионального цикла ООП и является обязательной дисциплиной для изучения при подготовке магистров по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Логистика».

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

При изучении дисциплины требуются знания и умения, полученные при освоении дисциплины «Стратегическое планирование и бизнес-план».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых учебной дисциплиной «Моделирование взаимодействия транспортных систем».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код существующей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-3	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: - специфику применения инструментария маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности. Уметь: - использовать маркетинг и аутсорсинг в области транспортно-экспедиционной деятельности для разработки эффективной стратегии деятельности организации. Владеть: - принципами маркетинга и аутсорсинга в

		области транспортно-экспедиционной деятельности.
ПК-3	Способность осуществлять на основе диагностики внутренних подсистем и изучения факторов внешней среды сценарное бизнес-планирование	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ключевые вопросы и процедуру разработки маркетинговой стратегии предприятия в области транспортно-экспедиционной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами управления маркетинга и аутсорсинга в области транспортно-экспедиционной деятельности; - применять знания и решать задачи в области транспортно-экспедиционной деятельности с использованием различных приемов маркетинга и аутсорсинга.
ДПК-2	Владение методами количественного и качественного анализа данных, управленческих решений, построения экономических, управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментарий стратегического и оперативного планирования цепей поставок; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать управленческие решения на основе проведенного анализа; - осуществлять информационную поддержку в управлении цепями поставок <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами обработки полученной в результате анализа информации; - интерпретировать полученную информацию для принятия управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.
ОПК-9	Способность разработать бренд (предприятия, продукции, услуг, проектов и др.)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – модели брендов, характер решений относительно сравнения преимуществ бренда, стратегии позиционирования, идентичность бренда, атрибуты бренда; – процесс разработки программ лояльности и управления брендами; – современные технологии маркетинговых исследований в брендинге. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять классификационную принадлежность бренда; – разрабатывать модель бренда аутсорсинговой компании; – разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования бренда. <p>Владеть:</p>

		<p>– методологией инструментов маркетингового управления, в частности, характера решений, относительно управления брендом аутсорсинговой компании;</p> <p>– практическими навыками формирования, управления и продвижения брендом.</p>
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Маркетинг транспортно-экспедиционного обслуживания

Тема 1.1. Сущность и особенность общего и транспортного маркетинга

Тема 1.2. Управление маркетингом на транспорте

Тема 1.3. Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга

Тема 1.4. Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях

Раздел 2. Аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания

Тема 2.1. Сущность и особенности аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания

Тема 2.2. Система услуг транспортного аутсорсинга

Тема 2.3. Основные положения транспортно-экспедиционной деятельности

Тема 2.4. Субъекты транспортно-экспедиционного обслуживания

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинар, консультация), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинг (элементы тренинга)), мультимедийное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Малиненко В.Е., канд.экон.наук., доцент кафедры маркетинга и логистики.