

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 13:07:58
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 Маркетинговая логистика

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 «Менеджмент»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент

(наименование образовательной программы)

очная

(форма обучения)

Год набора 2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Агаркова Наталья Валериевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговая логистика» одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики факультета Менеджмента Донецкого филиал РАНХиГС.

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объём и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинговая логистика» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения	Наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
С/01.8 Формирование маркетинговой стратегии организации	ПК-1.	Способен формировать маркетинговые стратегии организации	ПК-1.1	Организует работу маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации	ПК-1.1. 3-6 Знает принципы логистики, распределения и сбыта
			ПК-1.3	Создает и развивает операционные системы для выполнения маркетинговых функций в организации	ПК-1.3. 3-6 Знает принципы логистики, распределения и сбыта

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе.

2. ОБЪЁМ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2. Объём и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинговая логистика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоёмкость дисциплины	2 зачётных единицы (72 академических часов)
Контактная работа (всего)	30 академических часов
в том числе: занятия лекционного типа (Л)	8 часов
занятия семинарского типа (ПЗ)	18 часов
контактная работа на аттестацию (КаттЭК)	4 часа
Самостоятельная работа обучающихся (СР)	42 академических часов
Форма промежуточной аттестации	Зачёт (2 семестр)
Место в структуре ОП	Вариативная часть — обязательные дисциплины (Б1.В)

Изучение дисциплины базируется на знаниях, полученных при освоении дисциплин «Маркетинговые исследования», «Управление цепями поставок», «Стратегический менеджмент».

1. Содержание и структура дисциплины

1.1. Структура дисциплины

Очная/очно-заочная/заочная форма обучения (оставить нужное)

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ					Каттэк
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Раздел 1.	Концептуальные основы маркетинговой логистики и управление спросом													
Тема 1.1	Интеграция маркетинга и логистики в системе управления цепями поставок	16	2		4								10	Опрос
Тема 1.2	Выявление и управление потребительским спросом	16	2		4								10	Опрос, тестирование
Раздел 2.	Управление товарными потоками и эффективностью логистического сервиса													
Тема 2.1	Управление товарными запасами и потоками в маркетинговой логистике	17	2		4								11	Контрольное задание, КТ-1
Тема 2.2	Оценка эффективности маркетинговой логистики и клиентского сервиса	19	2		6								11	Кейс, КТ-2
Промежуточная аттестация		4								4				Зачёт с оценкой
ИТОГО		72	8		18					4			42	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Интеграция маркетинга и логистики в системе управления цепями поставок (ПК-1.1)

Концепция маркетинговой логистики: сущность, эволюция, современные подходы. Маркетинг и логистика как взаимодополняющие функции бизнеса.

Системный подход к управлению цепями поставок (SCM). Понятие интегрированной цепи поставок, участники, ключевые процессы.

Логистический микс: транспортировка, складирование, управление запасами, обработка заказов, упаковка. Соотношение с маркетинговым миксом.

Клиентоориентированность в логистике: концепция «7R» (right product, right quantity, right condition, right place, right time, right customer, right cost).

Цифровизация цепей поставок: Industry 4.0, IoT, big data в маркетинговой логистике.

Практическое задание: анализ структуры цепи поставок реального предприятия (FMCG / e-commerce). Выявление точек соприкосновения маркетинговых и логистических функций. Составление схемы интегрированной цепи поставок с описанием ролей участников.

Тема 2. Выявление и управление потребительским спросом (ПК-1.1)

Прогнозирование спроса как основа логистического планирования. Методы прогнозирования: качественные и количественные.

Управление спросом (Demand Management): концепция CPFR (совместное планирование, прогнозирование и пополнение запасов).

Сегментация потребителей по логистическим требованиям. Дифференциация уровня сервиса для различных сегментов.

Модели потребительского поведения и их влияние на логистические решения. Омниканальность: влияние на дизайн цепей поставок.

Управление пиковым и сезонным спросом. Буферные запасы и гибкость цепей поставок.

Кейс: разбор реальной ситуации компании с выраженной сезонностью спроса. Задание: построить прогноз спроса методом скользящей средней, разработать логистические рекомендации по управлению запасами.

Тема 3. Управление товарными запасами и потоками в маркетинговой логистике (ПК-1.3)

Запасы как элемент оборотного капитала. Виды запасов: текущие, страховые, сезонные, транзитные. ABC- и XYZ-анализ.

Системы управления запасами: с фиксированным объёмом заказа (EOQ), с фиксированным интервалом. Оптимальный размер заказа.

Складская логистика: функции склада, технологии хранения, автоматизация. Роль склада в обеспечении маркетинговых обязательств.

Транспортная логистика: выбор вида транспорта, критерии оптимизации, маршрутизация. Аутсорсинг логистических функций (3PL, 4PL).

Управление возвратными потоками (реверсивная логистика). Роль в формировании лояльности клиентов.

Контрольное задание: решение задачи по определению оптимального размера заказа (EOQ), расчёт страхового запаса. Разработка рекомендаций по оптимизации товарных потоков для компании-ритейлера.

Тема 4. Оценка эффективности маркетинговой логистики и клиентского сервиса (ПК-1.3)

Система KPI маркетинговой логистики: On-Time In-Full (OTIF), Fill Rate, Lead Time, Order Cycle Time, Cost-to-Serve.

Логистический сервис: понятие, составляющие, методы измерения. Уровень обслуживания и его экономическое обоснование.

Сбалансированная система показателей (BSC) применительно к логистическим процессам. Логистика в системе стейкхолдеров бренда.

Бенчмаркинг в маркетинговой логистике. Анализ лучших практик управления цепями поставок.

Цифровые инструменты оценки клиентского опыта в логистике: NPS, CSAT, CES. Интеграция с CRM-системами.

Кейс-анализ: оценка эффективности логистической системы компании по набору KPI. Разработка дашборда показателей маркетинговой логистики и предложений по повышению клиентского сервиса.

4. ТИПЫ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ, ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Оценочные материалы по дисциплине «Маркетинговая логистика» входят в состав фонда оценочных средств (ФОС) образовательной программы. ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения ими планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также ключи правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде; доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочей программе дисциплины размещены типовые проверочные задания, которые условно разделены на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных		<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			B	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ, ТИПОВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ, КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ ПО КОНТРОЛЬНЫМ ТОЧКАМ

5.1. В ходе реализации дисциплины «Б1.В.04 Маркетинговая логистика» используются следующие формы текущего контроля успеваемости:

- опрос на лекционных и практических занятиях;
- решение практических заданий и задач;
- разбор и анализ кейсов;
- контрольные точки (КТ-1, КТ-2).

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля (вне контрольных точек):

Тема 1. Интеграция маркетинга и логистики в системе управления цепями поставок

Вопросы для опроса:

1. В чём заключается системное взаимодействие маркетинга и логистики в управлении цепями поставок?
2. Опишите концепцию «7R» применительно к конкретной отрасли на ваш выбор.
3. Какие цифровые технологии наиболее значимо трансформируют цепи поставок в 2020-х гг.?

Практическое задание: составьте схему цепи поставок для FMCG-компании, обозначив точки взаимодействия маркетинга и логистики и возможные конфликты интересов.

Тема 2. Выявление и управление потребительским спросом

Вопросы для опроса:

1. Каковы основные методы прогнозирования спроса и в каких ситуациях применяется каждый из них?

2. Что такое CPFR и как эта концепция связывает маркетинг и логистику?

3. Как переход к омниканальным продажам изменяет требования к логистике?

Кейс-задание: компания «АльфаРетейл» фиксирует 30%-й рост продаж в декабре.

Предложите систему мер по управлению спросом и запасами в высокий сезон.

Тема 3. Управление товарными запасами и потоками

Вопросы для опроса:

1. В чём сущность EOQ-модели и каковы её ограничения?

2. Как ABC-анализ помогает расставить приоритеты в управлении запасами?

3. Какова роль реверсивной логистики в формировании клиентской лояльности?

Расчётное задание: годовой спрос на товар X = 12 000 ед., стоимость подачи заказа = 450 руб., затраты на хранение = 15% от цены единицы (цена 200 руб.). Рассчитайте EOQ и страховой запас при среднесуточном спросе 33 ед. и времени выполнения заказа 5 дней.

Тема 4. Оценка эффективности маркетинговой логистики и клиентского сервиса

Вопросы для опроса:

1. Какие KPI наиболее полно характеризуют эффективность маркетинговой логистики?

2. Как применяется BSC для управления логистическими процессами?

3. Какова связь между NPS клиентов и операционными показателями логистики?

Кейс-задание: разработайте систему KPI для отдела логистики e-commerce компании с фокусом на клиентский опыт.

5.3. Распределение весовых коэффициентов по контрольным точкам:

Наименование контрольной точки	Макс. баллов за работу в рамках КТ	Коэффициент веса КТ	Результат КТ (баллов в итоговой оценке)
КТ-1 (Темы 1–3: контрольное задание + кейс)	100	0,3	30
КТ-2 (Тема 4: кейс-анализ KPI)	100	0,3	30
ИТОГО по текущему контролю	×	0,6	60

Формула расчёта: Результат КТ = Количество баллов × Коэффициент веса КТ.

5.4. Типовые оценочные материалы по контрольным точкам:

КТ-1. Темы 1–3. Контрольное задание + аналитический кейс

Задание 1 (расчётное). Годовой спрос на продукт — 18 000 ед. Стоимость оформления одного заказа — 600 руб. Стоимость хранения единицы товара в год — 30 руб. Определите оптимальный размер заказа (EOQ), количество заказов в год, общие логистические затраты.

Задание 2 (кейс-анализ). Компания «БетаФуд» запускает новый продукт в федеральных розничных сетях. Проанализируйте, как маркетинговая стратегия (широкий ассортимент, промоакции) влияет на логистические требования к цепи поставок. Предложите меры по согласованию маркетинговых и логистических целей.

КТ-2. Тема 4. Кейс-анализ системы KPI маркетинговой логистики

Задание. На основе предоставленных данных об операционной деятельности интернет-магазина «ГаммаShop» (данные по OTIF, Fill Rate, Lead Time, количеству возвратов, NPS за последние 12 месяцев): (а) рассчитайте ключевые показатели эффективности; (б) выявите узкие места в логистической системе; (в) разработайте дашборд KPI и предложите мероприятия по повышению клиентского сервиса с оценкой ожидаемого эффекта.

Критерии оценки КТ:

Критерий	Диапазон баллов	Описание
Содержание и полнота решения	0–25	Все пункты задания выполнены, расчёты верны, аргументация развёрнута
Применение теоретических концепций	0–25	Корректно применены изученные модели и инструменты
Практическая обоснованность предложений	0–25	Предложения реалистичны, привязаны к условиям кейса, содержат количественные оценки
Логика и структура изложения	0–25	Чёткая структура, последовательность выводов, профессиональный язык
ИТОГО максимально	100	

6. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ, ТИПОВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Промежуточная аттестация по дисциплине «Б1.В.04 Маркетинговая логистика» проводится в форме зачёта (бинарная система оценивания: «зачтено» / «не зачтено»).

Зачёт проводится в форме собеседования по заданию (вопрос + практическое задание). Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию — 40 баллов. Итоговая оценка формируется по формуле:

$$\text{Итоговая оценка} = \text{Сумма баллов КТ (макс. 60)} + \text{Баллы за зачёт (макс. 40)}$$

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации:

Тема 1–2 (ПК-1.1). Вопросы открытого типа:

1. Охарактеризуйте концепцию маркетинговой логистики и объясните, почему она является стратегической, а не операционной функцией.
2. Опишите процесс интеграции маркетинговой и логистической функций в компании, работающей на нескольких рынках сбыта.
3. Как концепция CPFR снижает эффект хлыста (Bullwhip Effect) в цепи поставок?
4. Предложите стратегию дифференциации логистического сервиса для трёх потребительских сегментов FMCG-компании.

Тема 3–4 (ПК-1.3). Вопросы открытого типа:

1. Обоснуйте выбор системы управления запасами (по точке перезаказа или по фиксированному периоду) для высокооборотного FMCG-товара.
2. Разработайте систему показателей (KPI) для оценки маркетинговой логистики компании, работающей в e-commerce.
3. Как реверсивная логистика может стать источником конкурентного преимущества бренда?
4. Проведите сравнительный анализ аутсорсинга (3PL/4PL) и собственной логистики с позиции маркетинговых целей компании.

Практическое задание на зачёт:

По предложенному мини-кейсу (компания и ситуация выдаются на зачёте) обучающийся должен: а) идентифицировать логистическую проблему; б) предложить маркетингово-логистическое решение; в) обосновать ожидаемый эффект с помощью KPI.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными	60-74

<p>навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	
<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	1-59

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговая логистика» предполагает активное сочетание лекционной, практической и самостоятельной форм работы.

7.1. Рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа (42 ч.) распределяется следующим образом:

- подготовка к практическим занятиям: изучение рекомендованной литературы по теме занятия, составление опорных конспектов — 20 ч.;
- выполнение домашних расчётных заданий и кейс-анализов — 12 ч.;
- подготовка к контрольным точкам КТ-1 и КТ-2 — 6 ч.;
- подготовка к зачёту — 4 ч.

7.2. Рекомендации по работе с литературой

При изучении теоретического материала рекомендуется следующая последовательность: ознакомление с учебником (основная литература) → изучение первоисточников и статей (дополнительная литература) → анализ актуальных кейсов из отраслевых изданий (*Logistics Management, Supply Chain Management: An International Journal*).

7.3. Рекомендации по работе на практических занятиях

Практические занятия строятся по принципу «case-based learning»: обучающийся знакомится с ситуацией, формулирует проблему, предлагает решение, обосновывает его с позиции изученных концепций. Рекомендуется: (а) перед занятием прочитать кейс не менее двух раз; (б) подготовить 3–5 ключевых тезисов; (в) быть готовым аргументировать альтернативные решения.

7.4. Рекомендации по подготовке к контрольным точкам и зачёту

Подготовку к КТ рекомендуется начинать не позднее чем за 7 дней до даты проведения. Ориентиром служат вопросы для самостоятельной подготовки (раздел 5). При подготовке к зачёту следует проработать вопросы из раздела 6.2 и выполнить не менее двух самостоятельных разборов практических кейсов.

8. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

8.1. Основная литература

1. Бауэрсокс, Д. Дж. Маркетинговая логистика Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс ; перевод с английского. — 2-е изд. — Москва : Олимп-Бизнес, 2020. — 640 с. — ISBN 978-5-9693-0458-3. — URL: <https://e.lanbook.com> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

2. Сток, Дж. Р. Маркетинговая логистика Стратегическое управление логистикой / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт ; перевод с английского. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 830 с. — ISBN 978-5-16-012743-9. — URL: <https://urait.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

3. Котлер, Ф. Маркетинговая логистика Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — 15-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2022. — 848 с. — ISBN 978-5-4461-1786-9. — URL: <https://www.iprbookshop.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

8.2. Дополнительная литература

1. Чудаков, А. Д. Маркетинговая логистика Логистика : учебник / А. Д. Чудаков. — Москва : РДЛ, 2018. — 480 с. — ISBN 978-5-93840-180-5. — Текст : непосредственный.

2. Christopher, M. Маркетинговая логистика Logistics and Supply Chain Management / M. Christopher. — 5th ed. — Pearson, 2016. — 320 p. — ISBN 978-1-292-08379-7. — Текст : непосредственный.

3. Ballou, R. H. Маркетинговая логистика Business Logistics / Supply Chain Management / R. H. Ballou. — 5th ed. — Pearson Prentice Hall, 2004. — 816 p. — ISBN 978-0-13-066184-9. — Текст : непосредственный.

4. Логистика Маркетинговая логистика : научно-практический журнал. — URL: <https://logistika.com.ua> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.

5. Маркетинг в России и за рубежом Маркетинговая логистика : научный журнал. — URL: <http://mavriz.ru> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.

6. Supply Chain Management Review Маркетинговая логистика : научный журнал. — URL: <https://www.scmr.com> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.

8.3. Нормативные правовые документы

1. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации Маркетинговая логистика : Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ : (ред. от 22.07.2024). — URL: <http://www.consultant.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

2. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения Маркетинговая логистика : национальный стандарт Российской Федерации : утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст. — Москва : Стандартинформ, 2014. — 14 с. — Текст : непосредственный.

8.4. Интернет-ресурсы

1. Ассоциация логистики и управления цепями поставок России (ACLOG) Маркетинговая логистика : официальный сайт. — URL: <http://www.aclog.ru> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.
2. Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP) Маркетинговая логистика : официальный сайт. — URL: <https://cscmp.org> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.
3. eLIBRARY.RU. Научная электронная библиотека Маркетинговая логистика : сайт. — URL: <https://elibrary.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
4. КиберЛенинка Маркетинговая логистика : научная электронная библиотека. — URL: <https://cyberleninka.ru> — Режим доступа: свободный. — Текст : электронный.
5. Электронная библиотечная система «Юрайт» Маркетинговая логистика : сайт. — URL: <https://urait.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
6. Электронная библиотечная система «Лань» Маркетинговая логистика : сайт. — URL: <https://e.lanbook.com> — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

9.1. Для проведения занятий лекционного типа используются: учебная аудитория, оснащённая мультимедийным проектором, экраном и персональным компьютером (или ноутбуком) для демонстрации презентационных материалов; доска (маркерная) для дополнительных объяснений.

9.2. Для проведения семинарских занятий используются: учебная аудитория с возможностью работы в группах; мультимедийное оборудование; flipchart-доски; раздаточные материалы (кейсы, бланки заданий).

9.3. Для проведения промежуточной аттестации: аудитория, оснащённая компьютерами с выходом в сеть Интернет (при проведении тестирования в электронной форме) или стандартная аудитория для письменного зачёта.

9.4. Информационные технологии и программное обеспечение:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)
- Inkscape (лицензия GNU General Public License).
- Система дистанционного обучения (СДО) РАНХиГС — для размещения учебно-методических материалов, проведения тестирования, организации обратной связи.

- Антиплагиат.РАНХиГС — система проверки уникальности письменных работ обучающихся.

9.5. Информационные справочные системы:

– КонсультантПлюс — информационно-правовая система; используется при изучении нормативной базы маркетинговой деятельности.

– Гарант — правовая система; доступ к нормативным актам и судебной практике.

– ЭБС «Юрайт» (<https://urait.ru>) — электронная библиотечная система с доступом к учебной литературе.

– ЭБС «Инфра-М» (<https://www.infra-m.ru>) — электронная библиотечная система.

– E-library.ru — Научная электронная библиотека; доступ к российским научным публикациям по менеджменту и маркетингу.