

КАНАЛЫ ДИСТРИБУЦИИ И МАРКЕТИНГОВАЯ ЛОГИСТИКА

АННОТАЦИЯ

К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-28 01 02 – Электронный маркетинг

	Форма получения высшего образования		
	Очная (дневная)	Заочная	Заочная сокращенная
Курс	4	4	4
Семестр	7	7	8
Лекции, часы	28	8	6
Практические занятия, часы	14	4	4
Экзамен, семестр	7	6	8
Аудиторных часов по учебной дисциплине (в том числе часы на управляемую самостоятельную работу)	42 (6)	14	12
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)	-	7/2	8/2
Самостоятельная работа, часы	90	118	120
Всего часов / зач. ед.	132 / 3,5	132 / 3,5	132 / 3,5

1. Краткое содержание учебной дисциплины: Маркетинговая логистика, сущность и концепция Основные понятия маркетинговой логистики Сбытовая система предприятия и каналы дистрибуции Управление товародвижением в каналах дистрибуции Планирование и организация маркетинговой логистики Контроль в маркетинговой логистике Распределительная логистика предприятия Логистика складирования Управление товарными запасами в маркетинговой логистике Транспортная логистика Сервис в маркетинговой логистике Информационная маркетинговая логистика Международная логистика Таможенное обеспечение логистической деятельности

2. Результаты обучения: обучающийся должен **знать:** основные понятия и концепции маркетинговой логистики; - методологию маркетинговой логистики; - методы и инструменты маркетинговой логистики; **уметь:** - проводить анализ системы каналов распределения продукции; - разрабатывать стратегию дистрибуции; - определять наиболее эффективные формы доставки продукции до потребителя; - осуществлять выбор посредников; **владеть:** – методами и инструментами цифровой дистрибуции электронного контента.

3. Формируемые компетенции: АК-1 - уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач; АК-2 - владеть системным и сравнительным анализом; АК-3 - владеть исследовательскими навыками; АК-4- уметь работать самостоятельно; АК-5- быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью); АК-6 - владеть междисциплинарным подходом при решении проблем; АК-8- обладать навыками устной и письменной коммуникации; АК-9 - уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни. АК-10 - использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности; АК-13 - ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики. АК-14 - на научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности; СЛК-1 - обладать качествами гражданственности; СЛК-2- быть способным к социальному взаимодействию; СЛК-3- обладать способностью к межличностным коммуникациям; СЛК-5 - быть способным к критике и самокритике; СЛК-6 - уметь работать в команде; ПК-1- осуществлять анализ рыночной ситуации и прогноз спроса с использованием математических и программных средств. ПК-2- разрабатывать стратегию маркетинга (определение рынка и его сегментирование, выбор целевых сегментов, позиционирование и разработка комплекса маркетинга); ПК-6- создавать и/или оптимизировать систему каналов распределения продукции, сети посредников и/или фирменной торговли.

4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Используется модульно-рейтинговая система. Промежуточная аттестация: опрос, контрольные работы. Текущая аттестация: экзамен.