



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
МАРКЕТИНГОВАЯ ЛОГИСТИКА

Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки	<u>Торговое дело</u>
Профиль	<u>Маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б1</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б1.В.08</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>3 курс, 6 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>
Год	<u>2024</u>

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинговая логистика» по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) программы «Маркетинг и рыночная аналитика», составлена Асадовой С.Ю., Рыжовой И.О. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 963, профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н, профессионального стандарта 08.037 «Бизнес-аналитик», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 г. № 592н.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры
Протокол №03/24 от 22.03.2024

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинговая логистика» является формирование системного представления, комплекса знаний и компетенций в сфере маркетинговой логистики как современного научного направления, приобретение необходимых навыков и умений, а также их использование в условиях, моделирующих профессиональную деятельность и формирование необходимых компетенций.

При изучении дисциплины необходимо решить следующие задачи:

- изучить основные положения, категория и закономерности маркетинговой логистики;
- приобрести теоретические знания и практические навыки в области маркетинговой логистики;
- развить опыт и навыки управления маркетинговой логистики;
- сформировать у обучающихся системное мышление, необходимое для эффективного осуществления профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговая логистика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины, практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины, практики	Последующие дисциплины, практики
ПК-8	Маркетинг Экономический анализ маркетинговых решений	Маркетинговая логистика	Производственная практика, преддипломная практика

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-8 Способен анализировать обосновывать и выбирать решения	ПК-8.1 Способен применять методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации	<i>Знать:</i> методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации <i>Уметь:</i> применять методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации <i>Владеть:</i> навыками применения

		методов сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации
	ПК-8.2 Способен принимать и обосновывать маркетинговые решения	<i>Знать:</i> основы принятия и обоснования маркетинговых решений <i>Уметь:</i> принимать и обосновывать маркетинговые решения <i>Владеть:</i> навыками принятия и обоснования маркетинговых решений
	ПК-8.3 Способен проводить анализ и оценку эффективности маркетинговых решений	<i>Знать:</i> основы анализа и оценки эффективности маркетинговых решений <i>Уметь:</i> проводить анализ и оценку эффективности маркетинговых решений <i>Владеть:</i> навыками проведения анализа и оценки эффективности маркетинговых решений

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очно-заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов	
	Всего	По семестрам 6 семестр
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	21	21
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	20	20
• занятия лекционного типа	10	10
• занятия семинарского типа:	10	10
практические занятия	10	10
лабораторные занятия	не предусмотрено	
в том числе занятия в форме практической подготовки	4	4
Консультации	0,5	0,5
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего	123	123
- курсовая работа (проект)	не предусмотрено	
- др. формы самостоятельной работы:	123	123
- выполнение домашних заданий, выступление по теме реферата	90	90
- работа с литературными источниками	33	33
3. Промежуточная аттестация: <i>зачет с оценкой</i>	+	+
ИТОГО:	ак. часов	144
Общая трудоемкость	зач. ед.	4

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Раздел 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. Цели логистики. «Шесть правил логистики». Задачи и функции логистики. Материальные потоки и логистические операции. Методическая и органическая взаимосвязь логистики и маркетинга. Цели и задачи маркетинговой логистики.

Тема 1.2. Маркетинг в системе логистического управления

Взаимодействие маркетинга и логистики. Маркетинг организаций. Система маркетинговых исследований. Анализ рыночных возможностей и отбор целевых рынков. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Маркетинговые посредники. Объект и субъект управления маркетингом. Принципы управления маркетингом. Принципы, функции и уровни управления Базовая структура теории управления маркетингом.

Основные функции сбытовой деятельности. Планирование и организация сбытовой деятельности на предприятиях. 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.

Раздел 2. Функциональные области маркетинговой 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. Принципиальная схема материальных потоков и информационных потоков на складах. Организация складских процессов с элементами логистики. Совре-

менные 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. Принципы построения информационных систем в логистике. Использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых товарных кодов. Информационный поток. Информационный процесс.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий очная форма обучения

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)			Индикаторы достижения компетенций
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	
Раздел 1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики					
1.1	Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики	2	2/1	30	ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3
1.2.	Маркетинг в системе логистического управления	2	2/1	30	ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3
Раздел 2. Функциональные области маркетинговой логистики					
2.1.	Система складирования и переработки продукции как объект маркетинговой логистики	4	4/1	33	ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3
2.2.	Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике	2	2/1	30	ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3
	Итого	10	10/4	123	

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	
			Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Раздел 1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики				
1.1	Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики	История развития маркетинга и логистики. Методическая и органическая взаимосвязь логистики и маркетинга. Маркетинговая логистика как система управления производством и реализацией товаров. Обсуждение домашних заданий, выступление по темам реферата	6	2
1.2.	Маркетинг в системе логистического управления	Принципы, функции и уровни управления. Принципы логистического моделирования сбыта. Каналы распределения. Посредники в каналах распределения. Правила распределительной логистики Обсуждение домашних заданий, выступление по темам реферата	6	2
Раздел 2. Функциональные области маркетинговой логистики				
2.1.	Система складирования и переработки продукции как объект маркетинговой логистики	Показатели эффективной работы логистики складского хозяйства. Технологическое оборудование современных складов. Принципы размещения распределительных складов. Обсуждение домашних заданий, выступление по темам реферата	8	4
2.2	Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике	Виды информационных логистических систем. Принципы построения информационных систем в логистике. Использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых товарных кодов. Обсуждение домашних заданий, выступление по темам реферата	6	2
Итого			26	10

8. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Маркетинговая логистика» направлена на закрепление теоретических знаний, полученных в ходе лекционных занятий, формирование навыков в соответствии с требованиями, определенными в ходе занятий семинарского типа.

Виды самостоятельной работы по дисциплине:

- освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;

- изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);
- самостоятельный поиск информации, изложенной в открытом доступе в сети Интернет и других источниках;
- выполнение домашних заданий по практическим занятиям;
- написание рефератов
- подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации.

Методические рекомендации по подготовке к СРС:

Домашнее задание – это одна из форм учебной деятельности, направленная на усвоение и запоминание изложенного материала, либо, задание, основанное на самостоятельном усвоении материала, не требующего разъяснения преподавателя на занятии, а также проверка, которая и позволяет преподавателю изучить качество усвоения материала, наличие пробелов в знаниях.

Домашнее задание оценивается по следующим критериям:

- степень и уровень выполнения задания;
- аккуратность в оформлении работы;
- использование специальной литературы;
- сдача домашнего задания в срок.

Критерии оценки:

- Оценка «отлично» выставляется при условии, что студент полностью выполнил задание контрольной и проявил отличные знания учебного материала. При этом работа оформлена в соответствии с требованиями, к ней можно предъявить минимум замечаний.

- «Хорошо» ставится тогда, когда студент выполнил все задания, показал хорошие знания по пройденному материалу, но есть недочеты в оформлении работы и общие небольшие замечания, не влияющие на ее качество.

- Оценку «удовлетворительно» студент получает за полностью выполненное задание при наличии в нем существенных неточностей и недочетов, не умения студента верно применить полученные знания, в оформлении работы есть нарушения, не аргументированные ответы, неактуальные или ненадежные источники информации.

- «Неудовлетворительно» студент получает в том случае, когда он не полностью выполнил задание, проявил недостаточный уровень знаний, не смог объяснить полученные результаты. Такое задание не отвечает требованиям, содержит противоречивые сведения, задачи в ней решены неверно.

Реферат - индивидуальная письменная работа обучающегося, предполагающая анализ изложения в научных и других источниках определенной научной проблемы или вопроса.

Написание реферата практикуется в учебном процессе в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения мате-

риала, выстраивания логики изложения, выделения главного, формулирования выводов.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 10—15 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны.

Как правило, реферат имеет стандартную структуру: титульный лист, содержание, введение, основное содержание темы, заключение, список использованных источников, приложения.

Оценивается оригинальность реферата, актуальность и полнота использованных источников, системность излагаемого материала, логика изложения и убедительность аргументации, оформление, своевременность срока сдачи, защита реферата перед аудиторией.

Критерии оценки реферата:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если реферат носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенный анализ теории по выбранному вопросу, проведен анализ точек зрения различных авторов или литературных источников, логично и последовательно изложен материал, сделаны соответствующие выводы.

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если реферат не отвечает основным требованиям, имеет поверхностный анализ и недостаточный уровень самостоятельности студента, материал изложен непоследовательно; тема реферата не раскрыта, по тексту много орфографических и редакционных ошибок, список использованной литературы содержит «устаревшие» источники.

Раздел 1. Концептуальные и методологические основы маркетинговой логистики

Тема 1. Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики

Виды самостоятельной работы по теме:

– работа с конспектом лекций и(или) иными учебными материалами, в том числе электронными, расположенными в открытом доступе в сети Интернете

– подготовка к практическим занятиям.

– выступление по теме рефератов

Выполните следующее домашнее задание:

1. Раскройте содержание понятия маркетинговой логистики.

2. В чем заключается принципиальное отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного?

3. Раскройте концепцию и принципы маркетинговой логистики
4. Какие Вы знаете методы оценки затрат в логистике.
5. Каковы основные предпосылки использования логистического подхода к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения

Темы для рефератов:

1. Предпосылки становления и развития маркетинга и логистики в России.
2. Логистика в системе современных экономических наук.
3. Маркетинговая логистика и конкурентоспособность предприятия.
4. Логистика хозяйственных связей в системе коммерческих отношений.
5. Маркетинг и логистика: взаимосвязь в коммерческой деятельности.

Тема 1.2. Маркетинг в системе логистического управления

Виды самостоятельной работы по теме:

- работа с конспектом лекций и(или) иными учебными материалами, в том числе электронными, расположенными в открытом доступе в сети Интернете
- подготовка к практическим занятиям.
- выступление по теме рефератов

Выполните следующее домашнее задание:

1. Дайте сравнительную характеристику классического и системного подходов к формированию логистических систем.
2. Определите роль службы логистики на предприятии: место в организационной структуре управления, основные функции, взаимосвязь с другими службами.
3. Как проявляется взаимосвязь логистики и маркетинга.
4. Раскройте понятие распределительной логистики.
5. Как решается задача выбора канала распределения.

Темы для рефератов:

1. Современная концепция логистического управления.
2. Интеграция маркетинга и логистики.
3. Маркетинговая логистика как фактор эффективного предпринимательства.
4. Основные направления расширения комплекса услуг сбытовой деятельности предприятия.
5. Взаимосвязь и разграничение компетенций маркетинга и сбытовой логистики.

Раздел 2. Функциональные области маркетинговой логистики

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

Виды самостоятельной работы по теме:

- работа с конспектом лекций и(или) иными учебными материалами, в том числе электронными, расположенными в открытом доступе в сети Интернете
- подготовка к практическим занятиям.
- выступление по теме рефератов

Выполните следующее домашнее задание:

1. Как осуществляется межфункциональная логистическая координация деятельности функциональных подразделений организации, участвующих в продвижении потоков через склад.
2. Определите и оцените основные компоненты координации смежных служб: субъект, взаимодействующие стороны, объект, цель, способ, окружающая среда.
3. В чем состоит роль стандартизации бизнес-процессов в осуществлении межфункциональной координации.
4. Каковы основные задачи, решаемые службой логистики и смежными службами компании (маркетинга, продаж, закупки) при создании условий эффективного функционирования склада.

Темы для рефератов:

1. Планирование и анализ основных технико-экономических показателей работы складов.
2. Проблемы эффективного функционирования логистики складирования
3. Пути повышения эффективности сбытовой деятельности в торгово-посреднических организациях.
4. Выбор оптимальных каналов распределения при сбыте продукции материально-технического назначения.
5. Основные направления расширения комплекса услуг транспортно-экспедиционных фирм.

Тема 2.2. Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике

Виды самостоятельной работы по теме:

- работа с конспектом лекций и(или) иными учебными материалами, в том числе электронными, расположенными в открытом доступе в сети Интернете
- подготовка к практическим занятиям.
- выступление по теме рефератов

Выполните следующее домашнее задание:

1. Что из себя представляют информационные потоки в логистике: понятие, виды, единицы измерения.
2. Какие Вы знаете информационные системы в логистике: понятие и виды, принципы построения.
3. Штриховые коды: понятие, виды, области применения в логистике. Структура и порядок применения штрихового кода EAN-13.
4. Как осуществляется использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых кодов.

Темы для рефератов:

1. Информационные системы в коммерческой логистике.
2. Классификация и характеристика информационных потоков в маркетинговых логистических системах.
3. Организация внутренних и внешних информационных связей на предприятиях.
4. Информационные технологии в складской логистике
5. Автоматизация складской деятельности предприятия

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с Фондом оценочных средств.

ПК-8 Способен анализировать обосновывать и выбирать решения

Темы рефератов:

1. Предпосылки становления и развития маркетинга и логистики в России.
2. Логистика в системе современных экономических наук.
3. Маркетинговая логистика и конкурентоспособность предприятия.
4. Логистика хозяйственных связей в системе коммерческих отношений.
5. Маркетинг и логистика: взаимосвязь в коммерческой деятельности.
6. Современная концепция логистического управления.
7. Интеграция маркетинга и логистики.
8. Маркетинговая логистика как фактор эффективного предпринимательства.
9. Основные направления расширения комплекса услуг бытового предприятия.

10. Взаимосвязь и разграничение компетенций маркетинга и сбытовой логистики.

11. Планирование и анализ основных технико-экономических показателей работы складов.

12. Проблемы эффективного функционирования логистики складирования

13. Пути повышения эффективности сбытовой деятельности в торгово-посреднических организациях.

14. Выбор оптимальных каналов распределения при сбыте продукции материально-технического назначения.

15. Основные направления расширения комплекса услуг транспортно-экспедиционных фирм.

16. Информационные системы в коммерческой логистике.

17. Классификация и характеристика информационных потоков в маркетинговых логистических системах.

18. Организация внутренних и внешних информационных связей на предприятиях.

19. Информационные технологии в складской логистике

20. Автоматизация складской деятельности предприятия

Критерии оценки реферата:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если реферат носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенный анализ теории по выбранному вопросу, проведен анализ точек зрения различных авторов или литературных источников, логично и последовательно изложен материал, сделаны соответствующие выводы.

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если реферат не отвечает основным требованиям, имеет поверхностный анализ и недостаточный уровень самостоятельности студента, материал изложен непоследовательно; тема реферата не раскрыта, по тексту много орфографических и редакционных ошибок, список использованной литературы содержит «устаревшие» источники.

Вопросы к зачету:

1. Раскройте содержание понятия маркетинговой логистики.

2. В чем заключается принципиальное отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного?

3. Раскройте концепцию и принципы маркетинговой логистики

4. Какие Вы знаете методы оценки затрат в логистике.

5. Каковы основные предпосылки использования логистического подхода к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения

6. Дайте сравнительную характеристику классического и системного подходов к формированию логистических систем.

7. Определите роль службы логистики на предприятии: место в организационной структуре управления, основные функции, взаимосвязь с другими службами.

8. Как проявляется взаимосвязь логистики и маркетинга.

9. Раскройте понятие распределительной логистики.

10. Как решается задача выбора канала распределения.

11. Как осуществляется межфункциональная логистическая координация деятельности функциональных подразделений организации, участвующих в продвижении потоков через склад.

12. Определите и оцените основные компоненты координации смежных служб: субъект, взаимодействующие стороны, объект, цель, способ, окружающая среда.

13. В чем состоит роль стандартизации бизнес-процессов в осуществлении межфункциональной координации.

14. Каковы основные задачи, решаемые службой логистики и смежными службами компании (маркетинга, продаж, закупки) при создании условий эффективного функционирования склада.

15. Что из себя представляют информационные потоки в логистике: понятие, виды, единицы измерения.

16. Какие Вы знаете информационные системы в логистике: понятие и виды, принципы построения.

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

18. Как осуществляется использование в логистике технологии автоматизированной идентификации штриховых кодов.

Шкала и критерии оценивания:

- оценка «отлично» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны верно и полностью; необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «хорошо» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны полностью, но обоснования недостаточны; но пробелы не носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «удовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены ошибки, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы носят существенный характер, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно;

- оценка «неудовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не освоил теоретическое содержание курса, пробелы носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы не сформированы.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая. Глава 30: федеральный закон Российской Федерации от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/9027703>.

2. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/9005388>.

3. Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901971356>.

4. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901989534>.

5. Федеральный закон от 28 декабря 2009 года №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/902192509>.

6. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения [Электронный ресурс] // docs.cntd.ru: [сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200108793>.

б) основная литература

1. Романов А. А. Маркетинг: Учебное пособие. — 3-е изд., стер. / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва : Дашков и К, 2021. - 438 с. - ISBN 978-5-394-04234-8. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/378597/reading>. - Текст: электронный.

2. Марусева И. В. Логистика. Краткий курс / И.В. Марусева, В.В. Котов, И.Я. Савченко. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 192 с. - ISBN 978-5-4461-9352-3. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/378726/reading>. - Текст: электронный.

3. Романова М.В. Логистика : практикум. – 3-е изд., стер.. Практикум / М.В. Романова, Е.П. Романов. - Москва : Флинта, 2020. - 144 с. - ISBN 978-5-9765-2265-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/352503/reading>. - Текст: электронный.

в) дополнительная литература

1. Коломиец А. И. Логистика : учебное пособие / А.И. Коломиец. - Москва : Директ-Медиа, 2020. - 260 с. - ISBN 978-5-4499-1615-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/388374/reading>. - Текст: электронный.

2. Левкин Г. Г. Логистика : учебник. — 2-е изд., испр. и доп. / Г.Г. Левкин. - Москва : Директ-Медиа, 2019. - 267 с. - ISBN 978-5-4475-9834-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/388354/reading>. - Текст: электронный.

3. Афанасенко И. Д. Коммерческая логистика: / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 352 с. - ISBN 978-5-4461-9796-5. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/377335/reading>. - Текст: электронный.

4. Афанасенко И.Д. Цифровая логистика: Учебник для вузов / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 272 с. - ISBN 978-5-4461-0791-9. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/358160/reading>. - Текст: электронный.

5. Лебедев Е.А. Основы логистики транспортного производства и его цифровой трансформации / Е.А. Лебедев, Л.Б. Миротин. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 212 с. - ISBN 978-5-9729-0245-3. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/362696/reading>. - Текст: электронный.

г) электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно-библиотечная система Айбукс.ру: <http://ibooks.ru>.

12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

Перечень лицензионного программного обеспечения

1. MS Office 2019 (Microsoft)
2. MS Windows 7 (Microsoft)

в том числе перечень лицензионного программного обеспечения отечественного производства:

1. Kaspersky Endpoint Security (Kaspersky Lab)

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. Adobe Acrobat Reader
2. Open Office (<http://ru.openoffice.org/>)

в том числе перечень свободно распространяемого программного обеспечения отечественного производства:

1. Яндекс.Браузер
2. Антивирус Kaspersky Free
3. 7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных) (отечественное ПО).

Профессиональные базы данных:

- Единый Логистик Сервис <https://logistictransport.ru/>
- Сервис по транспортной логистике <https://logistic.ru/>

Информационные справочные системы:

Открытая электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru/>

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

13. Материально–техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Тип помещения	Состав оборудования и технических средств обучения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, и практических занятий с применением компьютерных технологий, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций	<p>Аудитория 53.</p> <p>Оборудование: Учебная мебель: рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, трибуна, доска.</p> <p>Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.</p>
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации и индивидуальных консультаций	<p>Аудитория 24.</p> <p>Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска.</p> <p>Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.</p>
3	Аудитория для самостоятельной работы студентов и выполнения курсовых работ	<p>Аудитория 27.</p> <p>Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска, кондиционер.</p> <p>Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.</p>