

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ «РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КООПЕРАЦИИ»**

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ  
ДИСЦИПЛИН  
НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ  
100700.68 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»**

**МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА  
СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА В ТОРГОВЛЕ**

В состав основной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 100700.68 Торговое дело (магистерская программа «Стратегическая логистика в торговле») входят рабочие программы всех учебных дисциплин (модулей) как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору магистранта.

Ниже приводится краткое описание содержания дисциплин учебного плана.

### **Общенаучный цикл**

#### **Базовая часть:**

#### **Обязательные дисциплины:**

Деловой иностранный язык Целью дисциплины является формирование у магистров системы

языковых знаний и коммуникативных умений и навыков практического владения иностранным языком для современного знакомства с новыми достижениями и тенденциями в соответствующей сфере профессиональной деятельности, установление контактов с зарубежными специалистами и повышения профессионального мастерства, общей культуры и культуры речи.

Задачей дисциплины является обучение практическому владению разговорно-деловой и научной речью и совершенствование знаний в соответствии с требованиями ФГОС.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** нормы правильного литературного произношения, лексико-грамматический строй языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, основную терминологию по соответствующей специальности; **уметь:** читать и понимать оригинальную литературу на иностранном языке в соответствующей отрасли знаний, оформлять извлеченную из иностранного источника информацию в виде перевода или резюме, вести

беседу по специальности в пределах изучаемого материала.

**владеть:** навыками и умениями применять полученные знания языковых явлений в профессиональной деятельности и научной работе.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Грамматические материалы. Основные грамматические явления, необходимые для понимания оригинальной литературы по специальности и ведение беседы в сфере профессиональной деятельности. Монологическая и диалогическая речь (тематика в зависимости от выбранного направления): технический перевод, разговорный иностранный язык.

Психология Цель изучения дисциплины: сформировать у магистров

специфику восприятия психологических знаний в субъектно-деятельностном подходе.

Задачей дисциплины является формирование научно – педагогического стиля мышления у магистра, в общем, а в частности – умению разрабатывать определенные критерии оценки параметров анализа деятельности.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** предмет, цели и задачи психологии деятельности; основные принципы деятельностного подхода;

**уметь:** анализировать основные психологические теории с позиции деятельности; исследовать индивидуальные и возрастные особенности личности как субъекта деятельности; управлять процессом учебной деятельности и сознательно формировать индивидуальный стиль трудовой деятельности; анализировать и рефлексировать свою деятельность в качестве преподавателя высшей школы:

**владеть:** навыками анализа трудовой деятельности по единицам; поиска

и отбора материала для подготовки к лекционному и семинарскому занятию; управления процессом преподавания и формирования индивидуального стиля деятельности.

Дисциплина предполагает изучение следующих тем: Предмет, задачи и методы психологии. Возникновение и развитие психологических воззрений. Основные направления развития научной психологии. Русская психологическая мысль. Психика как продукт работы мозга и ее развитие в филогенезе. Сознание как высшая ступень развития психики. Ощущение, восприятие и внимание. Память, мышление и воображение. Психологическая структура личности. Личность и деятельность. Коммуникативное поведение в организации. Невербальные элементы в общении. Стресс и устойчивость персонала в экстремальных условиях. Характеры, способности и совместимость. Психодиагностика: общие положения. Методики изучения внутригрупповых отношений. Эмоции. Предмет педагогической психологии и ее связь с педагогикой.

Компьютерные технологии Целью дисциплины является формирование у магистров компетенции в

области торгового дела, необходимые для решения практических задач профессиональной деятельности с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.

Задачей дисциплины является обучение самостоятельной обработке, интегрированию и представлению результатов научно-исследовательских работ (ПК-13).

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** о современных компьютерных технологиях в коммерческой деятельности; о применении современных компьютерных технологий в

профессиональной деятельности в рамках концепции непрерывной компьютерной подготовки;

**уметь:** использовать современную вычислительную технику и информационные системы в профессиональной деятельности; применять в коммерческой деятельности современные инструментальные компьютерные средства и специальное программное обеспечение в условиях массовой компьютеризации современного общества.

**владеть:** практическими навыками работы с современными программными средствами; навыками владения методами и приемами решения коммерческих задач с помощью современных информационных технологий.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Общие сведения о компьютерных технологиях.**

**Применение компьютерных технологий в коммерческой деятельности.** Обработка коммерческой информации в пакетах Microsoft Excel, Microsoft Access.

Применение программных продуктов «1С: Управление торговлей», «1С: Управление небольшой фирмой», «1С: Розница», «1С: CRM» для решения типовых задач коммерческой деятельности.

Применение компьютерных справочно-поисковых систем Гарант, Консультант+ в коммерческой деятельности.

**Моделирование коммерческой деятельности.** Специализированные пакеты программ разработки бизнес-планов: Project Expert (разработчик: Эксперт Системс), PDS Бизнес-план (разработчик: PDS ltd), Plan Business Intelligent 2011 (разработчик: Soft Intelligent Inc), Business Plan PL (разработчик: РОФЭР) – общая характеристика, принципы работы, порядок работы.

**Вариативная часть:**

**Обязательные дисциплины:**

Организация услуг на потребительском рынке

Целью дисциплины является изучение особенностей потребительского рынка товаров и услуг, факторов влияющих на эффективную организацию услуг на потребительском рынке региона.

Задачей дисциплины является формирование навыков по разработке комплексной программы развития инфраструктуры потребительского рынка и сферы услуг региона.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** факторы, определяющие структуру потребительского рынка и сферы услуг региона, индикаторы риска его развития;

**уметь:** уметь обосновывать создание новых сегментов рынка и необходимость сохранения существующих рынков;

**владеть:** методиками оценки эффективности развития регионального потребительского рынка и сферы услуг.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Структура национального (регионального) рынка. Потребительский рынок – важный фактор экономического роста России. Особенности потребительского рынка товаров и услуг. Состояние и тенденции развития потребительского рынка и сферы услуг РФ и ЧР (торговля, общественное питание, бытовое обслуживание). Смежные отрасли, как важный фактор развития потребительского рынка (пищевая промышленность, легкая промышленность, транспорт и логистика). Наиболее актуальные проблемы отрасли. Сфера государственной координации и правового регулирования потребительского рынка и услуг. Развитие инфраструктуры потребительского рынка и сферы услуг региона. Индикаторы риска развития потребительского рынка и услуг региона.

### Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции

Целью дисциплины является изучение концепции и методологии современного стратегического и инновационного менеджмента, направленного на получение прибыли от деятельности предприятия и обеспечение его конкурентоспособности.

Основные задачи изучения дисциплины состоят из изучения актуальных проблем стратегического менеджмента; формирование навыков диагностики внешней и внутренней среды современной организации; классификацию основных видов стратегий; развитие творческого мышления в области стратегического менеджмента.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** сущность развития современного бизнеса и направления его развития; задачи современного стратегического менеджмента в условиях инновационного развития экономики; методики стратегического анализа потенциала организаций; методы проектирования и реструктуризации основных бизнес-процессов организации; факторы конкурентоспособности компаний и принципы разработки конкурентных стратегий; управление организационными изменениями;

**уметь:** применять на практике методологические подходы, принципы, методы и модели стратегического менеджмента; выбирать миссию и стратегические цели организации; формировать и анализировать варианты стратегических управленческих решений; оценивать эффективность стратегий и управленческих действий по инновационному развитию организаций;

**владеть:** навыками постановки и решения задач стратегического менеджмента с позиций инновационного и системного подходов; методами стратегического планирования процессов управления; способами количественной оценки и прогнозирования последствий реализации стратегий развития организаций.

Содержание дисциплины. Основные разделы

**Раздел 1. Стратегический менеджмент в коммерции:** Концепция стратегического управления. Стратегический анализ. Разработка и реализация стратегического плана компании. Виды стратегий. Стратегическое управление инновациями. **Раздел 2. Инновационный менеджмент в коммерции:**

Инновационный менеджмент: возникновение, становление и основные черты. Организация инновационного менеджмента. Методы и приемы инновационного менеджмента. Оценка эффективности инновационных проектов

### Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики

Основной целью дисциплины является изучение теоретических и методологических подходов и выявление проблем в исследовании экономической природы коммерческой инфраструктуры, ее внутренних и внешних противоречий, закономерностей формирования, развития и функционирования в условиях обеспечения целостности всего воспроизводственного процесса в экономике.

Основные задачи изучения дисциплины состоят в необходимости выявления особенностей теоретических и методологических подходов и принципов исследования экономической природы инфраструктуры, свойственных различным научным направлениям; обоснования ее сущности и структуры, как фактора воспроизводственного процесса и роста общественного потребления в экономике страны.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основы формирования коммерческой инфраструктуры на основе обобщения и систематизации имеющегося опыта ее формирования и развития в современных условиях;

**уметь:** конкретизировать механизм государственного регулирования коммерческой (рыночной) инфраструктуры экономической системы региона (города) на основе разработки и принятия инфраструктурных стандартов;

**владеть:** методиками экономико-статистической оценки состояния макроподсистем муниципального образования.

Содержание дисциплины. Основные разделы

**Раздел 1. Методологические аспекты исследования коммерческой инфраструктуры рыночной экономики.** Эволюция теорий инфраструктуры.

Сущность трансформационной (социальная, производственная, экономическая, экологическая) и транзакционной инфраструктуры (институциональная, организационная, информационная). **Раздел 2.**

**Пространственно-видовые композиции инфраструктуры национальной экономики.** Отраслевые формы инфраструктуры. Инфраструктура в функциональном аспекте. Инфраструктура в пространственно-временном континууме. Уровневое строение глобальной инфраструктуры.

Воспроизводство инфраструктуры. Эффекты и эффективность функционирования коммерческой инфраструктуры национальной экономики.

**Раздел 3. Коммерческая сфера инфраструктуры национальной экономики.** Сущность инфраструктуры рыночной экономики. Роль инфраструктуры рыночной экономики. Элементы инфраструктуры рыночной экономики. Подсистема складского хозяйства. Производственная и транспортно-экспедиционная деятельность, дилерско-дистрибьюторские сети. Подсистема тароупаковочной индустрии. Организация торгово-посреднической деятельности на товарном рынке. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка Сущность лизинговой деятельности. **Раздел 4. Перспективы развития (вектор эволюции) коммерческой инфраструктуры национальной (российской) экономики.**

Закономерности развития инфраструктуры. Противоречия инфраструктуры и механизм их разрешения. Стратегия и тактика системного развития рыночной национальной инфраструктуры.

Современные технологии и инновации в коммерции Цель освоения дисциплины: овладение магистрами знаниями и действиями в области внедрения современной технологии торговли инновационных процессов в коммерции, а также в проведении научного исследования в данной области по направлению «Торговое дело».

Задачей дисциплины является формирование навыков самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности; выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров; разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной).

В результате изучения дисциплины магистр должен:  
**знать:** сущность инновационных подходов к организации технологии торговли и коммерции; понятийный и терминологический аппарат в области управления технологическими и коммерческими процессами; основные понятия, цели внедрения современной технологии и инновационной коммерции и методы их исследования; исторические этапы развития технологии торговли и инновационных методов управления коммерческой деятельности; основные модели организации технологии торговли и инновационного развития коммерческой деятельности; основные проблемы и пути внедрения современной технологии торговли и инновационных методов

организации коммерческой деятельности; модели и методы выбора и реализации современной технологии торговли и инновационной коммерции; особенности процесса и функций управления технологическими процессами с использованием современного оборудования и коммерческим инновационным проектом; определение эффективности внедрения современной технологии торговли и инновационной коммерции; **уметь:** анализировать исторические факты в эволюции технологии торговли и инновационных методов коммерческой деятельности; выражать и обосновать свою позицию по отношению к историческому прошлому в организации технологии торговли и коммерческих процессов; применять основные положения научных теорий организации технологии торговли и инновации в исследовании проблем коммерции, выполнении СРС; выбирать современную технологию торговли и стратегии инновационной коммерции, обеспечивающие эффективное функционирование торговых предприятий, самостоятельно принимать решения и оценивать их оптимальность; применять самостоятельно и в составе команды необходимые инновационные технологические и коммерческие решения, выбирать необходимые для их реализации средства и методы, оценивать их эффективность; понимать и анализировать проблемы внедрения современной технологии торговли и коммерческих процессов на инновационной основе; формализовано описывать инновационный проект как объект управления технологией торговли и коммерческим процессом; осуществлять бизнес-планирование современной технологии инновационной коммерции; идентифицировать и анализировать риски инновационных проектов технологии торговли и коммерческой деятельности, формировать подходы к управлению этими рисками; разрабатывать, анализировать и представлять проект современной технологии торговли и инновационной коммерции с использованием пакетов программных приложений (пакеты Project Management, Project Expert и др.); пользоваться нормативными документами в выполнении индивидуальных заданий; анализировать экономические законы, статистические данные; обобщать теоретические знания и практический опыт торгового предприятия; **владеть:** умениями выбора стратегии принятия решения в области обеспечения современной технологии и инновационных методов коммерции; методами разработки, реализации и оценки инновационных решений в организации технологии торговли и коммерции; навыками изучения нормативно-правовых документов, регламентирующих современную технологию торговли и инновационные методы в коммерческой деятельности предприятий.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Теоретические основы внедрения современной технологии торговли и инновационной коммерции.



Раздел 2. Государственное управление торговлей и инновациями в коммерции.

Раздел 3. Внедрения современной технологии и инновационной коммерции в торговле.

Раздел 4. Финансово-экономические аспекты внедрения современной технологии и инновационной деятельности коммерции.

### **Дисциплины по выбору:**

#### Многомерный статистический анализ

Целью дисциплины является формирование у магистров компетенции области торгового дела, необходимые для применения многомерных статистических методов.

Задачей дисциплины является изучение многомерных статистических методов и приемов, необходимых для объективного и всестороннего анализа социально-экономических объектов и явлений

В результате изучения учебной дисциплины «**Многомерный статистический анализ**» обучающиеся должны:

**знать:** понятия и алгоритмы дисперсионного и ковариационного анализов, основы применения современных эконометрических методов;

**уметь:** вычислять статистические оценки параметров распределений, формулировать и проверять статистические гипотезы;

**владеть:** навыками применения современных программных средств анализа статистических данных.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. Множественный корреляционно-регрессионный анализ.

Тема 2. Компонентный анализ.

Тема 3. Множественный ковариационный анализ.

Тема 4. Современные пакеты прикладных программ многомерного статистического анализа.

Оценка рисков в коммерческой деятельности Целью дисциплины является формирование у магистров компетенции в области практических навыков по оценке рисков в коммерческой деятельности, необходимые для решения практических задач профессиональной деятельности.

Задачей дисциплины является обучение самостоятельной работе по оценке рисков в коммерческой деятельности и совершенствование знаний в этой области согласно требованиям ФГОС.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин в области рисков; сущность и виды коммерческих рисков; механизм управления коммерческими рисками; механизм оценки коммерческих рисков

**уметь:** выявлять и классифицировать коммерческие риски; выбирать стратегию управления коммерческими рисками; применять механизм

управления коммерческими рисками; оценивать уровень коммерческих рисков;

**владеть:** механизмом управления коммерческими рисками; механизмом оценки коммерческих рисков.

Содержание дисциплины. Основные разделы Раздел 1. Понятие и классификация рисков: Риск как экономическая категория, его сущность. Классификация рисков. Предпринимательство и риски в коммерции

Раздел 2. Оценка рисков в коммерческой деятельности: Виды потерь и риска, показатели риска, методы его оценки. Процесс управления риском. Методы снижения риска в коммерческой деятельности. Характеристика риска при грузоперевозках. Риски торговых предприятий

### Профессиональный цикл

**Базовая часть:**

**Обязательные дисциплины:**

#### Стратегический маркетинг

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющие принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по программе «Инновационная коммерческая деятельность» в области стратегического маркетинга.

Основные задачи курса: изучение принципов реализации стратегического подхода в управлении маркетинговой деятельностью фирмы; обучение студентов методологиям формирования пирамиды маркетинговых стратегий фирмы; формирование умений разработки стратегии развития маркетингового комплекса фирмы; формирование у магистров навыков достижения стратегических конкурентных преимуществ фирм; выявление особенностей различных подходов к разработке стратегической доктрины в соответствии со спецификой их целевых рынков, а также состава необходимых для её реализации функциональных стратегий маркетинга.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** термины и показатели стратегического маркетинга; принципы и методы осуществления стратегической маркетинговой деятельности субъектов рынка; структуру основных направлений стратегической маркетинговой деятельности; теоретические и концептуальные подходы к организации стратегии маркетинга предприятий;

**уметь:** осуществлять креативную разработку комплекса стратегий компании по продвижению её товарных брендов; разрабатывать стратегические планы по их реализации; организовывать и проводить различные виды маркетинговых исследований; оценивать емкость рынка; обеспечивать стратегические конкурентные преимущества предприятия;

разрабатывать стратегии развития маркетингового комплекса фирмы;

**владеть:** навыками: проведения анализа структуры потребностей и емкости целевых рынков; сегментирования целевых аудиторий потребителей; позиционирования товарных брендов относительно конкурентов на уровне различных ассортиментных линеек; прогнозирования уровней потенциального и платёжеспособного спроса; проведения полевых и кабинетных маркетинговых исследований.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Раздел 1. Общие принципы реализации стратегического подхода в управлении маркетинговой деятельностью фирмы: Предмет и содержание дисциплины.** Основные концепции организации рыночной деятельности компаний, особенности их исторического генезиса и проблемы реализации в современной экономической среде. Стратегический маркетинговый подход. Основы стратегического подхода к управлению рыночной деятельностью компаний. **Содержание стратегической маркетинговой деятельности фирмы.** Активный и пассивный стратегический маркетинг. Подходы различных экономических школ к стратегической маркетинговой деятельности. Экономическая роль, цели и задачи стратегической маркетинговой деятельности компаний, её этапизация и элементная структура. Функции и инструменты стратегического маркетинга. Понятие о стратегической рыночной миссии компании. Рыночная миссия как социальный заказ целевых аудиторий на решение «задачи потребителя». Концепция решения задачи потребителя на основе технологии «С-Task» Микитьянца К.С. Потребность целевых аудиторий, как основа формирования рыночной миссии компаний. **Раздел 2. Методология формирования пирамиды маркетинговых стратегий фирмы: Конкурентоспособность в достижении стратегических целей фирмы.** Понятие конкурентоспособности и конкурентного преимущества фирмы. Типы конкурентных преимуществ. Стратегические и операционные конкурентные преимущества. Ключевые факторы успеха предприятий. Классификация уровней товарной конкуренции. Понятие товаров-субститутов. Рыночные силы. Виды конкуренции. Понятие о структуре конкуренции. Кривая Парето. Пять общих стратегий конкуренции. Концепция маркетинговых войн Д.Траута и Э.Райса. Анализ деловых позиций конкурентов. Технология «бенчмаркинга» в достижении конкурентных преимуществ фирмы.

**Стратегии управления продуктовым портфелем фирмы.** Базовые и функциональные стратегии развития маркетингового комплекса. Выбор базовой стратегии кампании. Анализ продуктовых стратегий. Понятие о продуктивном портфеле. Матрица БКГ. Многокритериальные матрицы продуктового портфеля. Матрица Мак-Кинзи. Матрица жизненного цикла.

Стратегии диверсификации продуктового портфеля. **Стратегии развития маркетингового комплекса фирмы.** Классификация видов цен, скидок и наценок. Выбор ценовых стратегий фирмы. Методы прогнозирования цен. Метод формирования цены товара на основе точки безубыточности. Плейсмент – стратегия фирмы. Классификация методов дистрибьюции товара. Стратегии продвижения товара. Стратегии выбора маркетинговых инструментов продвижения и их классификация. Выбор стратегии стимулирования спроса. Системы дисконтных карт. Стратегии медиапланирования. Показатели эффективности охвата медиа.

### Организация экспертизы товаров

Цель дисциплины – формирование теоретических знаний и практических навыков в области товароведения и экспертизы товаров, необходимых, для организации приемки, товародвижения и реализации товаров, формирования ассортимента, предупреждения фальсификации, соблюдения правил торговли однородных групп товаров, требований к маркировке и упаковке, режимам и срокам хранения, транспортированию и реализации, а также обеспечение прав потребителя на приобретение качественных и безопасных товаров, соответствующих требованиям национальных и международных стандартов, технических регламентов и других нормативных и технических документов.

Задачи дисциплины: изучение основных национальных и международных нормативно-правовых документов в области системы товарного менеджмента, качества и безопасности товаров; защиты прав потребителей; ознакомление с системой классификации товаров и основными видами классификаторов, классификацией, свойствами и показателями ассортимента; усвоение теоретических знаний в области систематизации и кодирования товаров; изучение номенклатуры потребительских свойств товаров и методов оценки и контроля качества; анализ товарных потерь на этапах товародвижения; ознакомление с требованиями к марке товаров, видами и типами упаковки; изучение требований к видам и формам товарной информации; освоение требований к транспортированию и хранению товаров, обеспечивающих сохранение потребительских свойств товаров; ознакомление с видами и методами экспертизы товаров; изучение системы подтверждения соответствия товаров в России, анализ зарубежного опыта; ознакомление с основными принципами метрологии, используемыми в торговле.

В результате освоения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные Федеральные законы, нормативные и технические документы, регулирующие качество и безопасность товаров; правила классификации, систематизации и кодирования товаров; свойства и показатели ассортимента; номенклатуру потребительских свойств товаров и

методы оценки и контроля качества; градации качества; виды товарных потерь; международные системы управления качеством и безопасностью товаров, требования к безопасности товаров; способы установления фальсификации товаров; требования к товарной информации, маркировке и упаковке товаров, виды и типы упаковок; режимы и сроки хранения товаров; процедуру проведения экспертизы и подтверждения соответствия товаров.

**уметь:** работать с нормативной и технической документацией в области качества, маркировки, хранения и приемки товаров; определять сроки хранения (годности, реализации) товаров; устанавливать причины потерь товаров; контролировать требования к товарной информации; определять показатели ассортимента, организовывать экспертизу товаров; проводить процедуру подтверждения соответствия; работать с классификаторами товаров; использовать знания в области метрологии в торговой деятельности.

**владеть:** навыками организации проведения экспертизы качества и безопасности товаров, принятия оптимальных алгоритмов решений при приемке и реализации товаров; навыками анализа ассортимента товаров, определения видов потерь, анализа условий и сроков хранения в торговом зале и складских помещениях; методами информационной идентификации, процедурой поверки измерительного и торгового оборудования.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Основные понятия в области товарной экспертизы. Принципы товарной экспертизы. Отличие товарной экспертизы от других видов оценочной деятельности. Виды и типовые задачи товарной экспертизы. Объекты экспертизы: основные и дополнительные. Товары, как основные объекты экспертизы. Субъекты экспертизы товаров: физические и юридические лица. Эксперты, главные эксперты, консультанты, ведущие специалисты, экспертные организации, органы по сертификации, испытательные лаборатории и центры, дегустационные советы, экспертные комиссии. Средства экспертизы товаров: материально-технические средства и источники (средства) информации о товарах. Средства измерения и обнаружения. Источники информации о товарах: документы, маркировка, специальная литература. Правила организации и производства экспертизы товаров в экспертной организации. Правовые основания для производства экспертизы. Основания для отказа в проведении экспертизы. Правила оформления, порядок подачи и регистрации заявки (постановления или определения правоприменительных органов) на проведение экспертизы. Права, обязанности и ответственность руководителя экспертной организацией. Принятие решения о производстве экспертизы или об отказе. Заключение договора на производство экспертизы между заказчиком и экспертной организацией. Правила оформления, порядок регистрации и

выдачи эксперту наряда на производство экспертизы. Исследование экспертом объектов экспертизы. Права, обязанности и ответственность эксперта. Правила оформления, порядок регистрации, учета и выдачи заказчику акта экспертизы (или заключения эксперта). Требования к составлению акта экспертизы (или заключения эксперта). Правила и сроки хранения архивного акта экспертизы (или заключения эксперта), копий всех документов, фиксирующие ход, условия и результаты экспертизы, иллюстрирующих материалов в экспертной организации. Правила хранения объектов, поступивших на экспертизу. Особенности организации и проведения дополнительной, повторной и контрольной экспертиз. Экспертиза продовольственных и непродовольственных товаров.

Инновационные маркетинговые коммуникации Цель освоения дисциплины. Усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование общекультурных и профессиональных компетенций студентов в области инновационных маркетинговых коммуникаций.

Основные задачи курса: углубленное изучение места и роли современных средств маркетинговой коммуникации в системе продвижения товаров и услуг на рынке; концептуальное осмысление постоянно изменяющейся коммуникационной среды маркетинга, как необходимого условия эффективного бизнеса компании; освоение логики организации мирового и российского медиа рекламного рынка, понимание его ключевых субъектов: рекламодателей, коммуникационных агентств, владельцев медиа, исследовательских компаний; знание теоретических основ и современных прикладных технологий в области стратегических бренд-коммуникаций, медиа планирования; спонсорства и событийного маркетинга; оценки эффективности коммуникационных программ компании; особенностей планирования в Интернет среде маркетинга и др.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** теоретические основы, инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций; алгоритм разработки программы маркетинговых коммуникаций; способы продвижения маркетинговых коммуникаций в интернете, монитизации инновационных интернет-проектов; особенности, принципы работы с социальными медиа, использования популярных социальных сетей в целях продвижения товаров и услуг; условия обеспечения эффективности инновационных маркетинговых коммуникаций;

**уметь:** осуществлять выбор структуры комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций, использовать инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций в практической деятельности; разрабатывать и реализовывать программы инновационных маркетинговых коммуникаций;

проводить исследования инноваций в Интернет-коммуникациях; анализировать, оценивать эффективность каналов коммуникации; принимать и разрабатывать решения в современных бизнес-условиях; оценивать и обеспечивать эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций;

**владеть навыками:** определения сильных и слабых сторон инструментов маркетинговых коммуникаций, выбора структуры комплекса инновационных коммуникаций; разработки программ инновационных маркетинговых коммуникаций, рекомендаций по основным направлениям реализации программы маркетинговых коммуникаций; применения инструментов инновационных маркетинговых коммуникаций в практической деятельности; определения концепции монетизации, разработки модели монетизации конкретного проекта; разработки и принятия успешных решений в сфере инновационных маркетинговых коммуникаций; обеспечения эффективности маркетинговых коммуникаций.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Теоретические основы инновационных маркетинговых коммуникаций

Раздел 2. Инструменты инновационных маркетинговых коммуникаций

Раздел 3. Инновации в Интернет-коммуникациях Раздел 4.

Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций

### Рекламный менеджмент

Цель освоения дисциплины. Усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование общекультурных и профессиональных компетенций магистров в сфере рекламного менеджмента.

Основные задачи курса: изучение практических методов рекламного менеджмента; формирование представления о рекламном менеджменте, как о науке и искусстве, базирующейся на анализе обратной связи; ознакомить магистров с публичными рилейшнз (ПР), как методикой разработки стратегии рекламной компании, показать отличие ПР от пропаганды и торговой рекламы; добиться четкого знания функций рекламы, а также дать обзор основных направлений и инструментов рекламы.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** теоретические основы рекламного менеджмента, рекламные стратегии; особенности управления рекламой, рекламной деятельностью, рекламной кампанией; методы планирования, организации, контроля рекламной деятельности; условия обеспечения эффективности управления рекламной деятельностью; модель современного менеджера в рекламном бизнесе, обязанности и должностные инструкции рекламного менеджера; специфику формирования управленческих умений и навыков;

**уметь:** управлять рекламоспособностью товара, жизненным циклом рекламы; реализовывать на практике функции рекламного менеджмента (планировать, организовывать, регулировать, контролировать рекламную деятельность); применять современные эффективные формы и методы управления рекламной деятельностью; планировать рекламный бюджет, разрабатывать управленческие решения по бюджету рекламы; обеспечивать эффективность управления рекламной деятельностью;

**владеть навыками:** управления рекламоспособностью товара, жизненным циклом товара и жизненным циклом рекламы; планирования, организации и контроля рекламной деятельности; разработки управленческих решений по бюджету рекламы; определения влияния маркетинговых параметров рекламной деятельности на эффективность рекламы; обеспечения эффективности управления рекламной деятельностью.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Теоретические основы рекламного менеджмента

Раздел 2. Функции рекламного менеджмента Раздел 3.

Эффективность управления рекламной деятельностью

### Бизнес-проектирование коммерческой деятельности

Цели и задачи освоения учебной дисциплины: ознакомить студентов с базовыми вопросами планирования и проектирования бизнес процессов, методами управления проектами и проектными рисками, технологиями проектирования коммерческой деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» обучающиеся должны:

**знать:** методы и технологии составления бизнес-планов; основные этапы бизнес-проектирования; особенности планирования в отдельных видах бизнеса;

**уметь:** работать на персональном компьютере со средствами операционных систем и оболочек; использовать современное программное обеспечение для автоматизации процессов планирования; производить анализ и оценку проектных рисков;

**владеть навыками:** анализа бизнес среды; исследования и анализа рынка; составления бизнес проектов коммерческой деятельности; работы с персональным компьютером на высоком пользовательском уровне.

Содержание дисциплины. Основные разделы.

Тема 1. Основные понятия бизнес-проектирования

Тема 2. Производственная система как объект

проектирования Тема 3. Законы и закономерности

производственной системы Тема 4. Виды проектов.

Классификация проектов Тема 5. Теория жизненных циклов в



управлении проектом Тема 6. Организационное проектирование Тема 7. Методы управления проектом Тема 8. Управление проектными рисками

### **Вариативная часть:**

#### **Обязательные дисциплины:**

---

##### **Функциональная логистика**

Цель освоения дисциплины - сформировать систему знаний, системного мышления и соответствующих компетенций у магистров в области функциональной логистики.

**Задачи курса:** изучение рыночных аспектов, принципов, подходов, категорий, правил функциональной логистики; обучение магистров особенностям организации логистического управления, современным методам управления логистическими системами; формирование умений планирования и организации товароснабжения, осуществления контроля уровня запасов торговой организации; формирование у студентов умений, необходимых для эффективного осуществления профессиональной деятельности функционального логиста.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** термины и показатели логистики; состав задач функциональной логистики и методы их решения; модели управления запасами в торговле; особенности логистики закупочной деятельности торговых предприятий;

**уметь:** устанавливать логистические отношения с контрагентами, участвуя тем самым в формировании рациональных хозяйственных связей; выбирать логистические цепи и схемы товародвижения; формировать требования логистики к условиям поставок товаров; определять потребности торговой организации в товарных ресурсах; планировать и организовывать товароснабжение; осуществлять учет затрат на создание и содержание запасов, рассчитывать экономически обоснованные нормы запасов; осуществлять контроль уровня торговой организации и обеспечивать своевременное их пополнение; обеспечивать качественное логистическое обслуживание покупателей;

**владеть навыками:** управления товарными запасами торговой организации; организации товароснабжения; выбора рациональных логистических цепей и схем товародвижения; управления логистическим обслуживанием покупателей; осуществления работы с действующими нормативными документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

#### **Раздел 1. Теоретические и методологические основы**

**функциональной логистики:** Основные понятия и категории функциональной логистики. Методологический аппарат функциональной логистики.

### **Раздел 2. Логистика закупочной деятельности в торговле:**

Логистическое обеспечение планирования и организации закупочной деятельности в торговле. Логистическое обеспечение управления и контроля закупочной деятельности в торговле.

### **Раздел 3. Управление запасами в функциональной логистике:**

Запасы в функциональной логистике и методы их регулирования. Модели управления запасами материальных ресурсов.

Формирование института логистических операторов Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющие принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по программе «Инновационная коммерческая деятельность» в области формирования института логистических операторов.

Основные задачи курса: изучение принципов развития рынка логистических услуг; обучение студентов методикам разработки стратегии логистического оператора.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** понятийный аппарат логистики, усовершенствованную классификацию логистических потоков и логистических операторов;

**уметь:** разрабатывать концептуальные основы формирования стратегии логистического оператора с учетом ориентированности на требования цепей поставок;

**владеть:** методиками и технологиями разработки стратегии логистического оператора.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Раздел 1. Анализ тенденций развития логистики, рынка логистических услуг и проблем стратегического планирования деятельности логистических операторов.** Тенденции и перспективные направления развития логистики на современном этапе. Аутсорсинг в логистике и развитии рынка логистических услуг. Методические подходы к формированию стратегий развития логистических операторов. Основные подходы к формированию международных логистических систем в мировой экономике в условиях глобализации, НТП и инновационного развития..

**Раздел 2. Формирование концептуальных основ и методики разработки стратегии логистического оператора:** Развитие и эволюция логистических структур на предприятиях стран с развитой рыночной экономикой. Становления и развитие логистических структур на предприятиях России. Концептуальные основы разработки стратегии логистического оператора в соответствии с клиентоориентированным

подходом. Установление соответствия конкурентных стратегий организации и логистических стратегий. Систематизация методов, применяемых при разработке сбалансированной системы показателей логистического оператора.

**Раздел 3. Современные технологии формирования и реализации стратегии логистического оператора:** Технологии формирования, развития и контроллинга в обеспечении задачи реализации стратегии логистического оператора. Критерии выбора вида транспорта при формировании и функционирования международных логистических систем. Эффективное функционирование международных логистических систем при управлении запасами и складским хозяйством. Моделирование показателей эффективности логистической компании

#### Анализ и оценка эффективности инвестиций в развитие логистических систем

Целью дисциплины является изучение теоретико-методических положений и организационно-методических рекомендаций в области анализа и оценки эффективности инвестиций в развитие логистических систем.

Задачи изучения дисциплины: уточнить понятие инвестиций, представить обоснование места инвестиций в управлении логистической системой, систематизировать и дать классификацию инвестиций в развитие логистических систем, выявить их основные особенности, сформулировать определение логистического инвестиционного проекта, разработать основные принципы оценки и управления инвестициями в развитие логистических систем, а также, определить состав показателей, используемых при оценке эффективности

В результате изучения дисциплины магистры должны:

**знать:** виды инвестиций, содержание и участников инвестиционной деятельности; понятие, виды, этапы жизненного цикла инвестиционного проекта; содержание бизнес-плана инвестиционного проекта; критерии экономической эффективности инвестиционных проектов; методы анализа экономической эффективности инвестиций; методы анализа инвестиционных проектов в условиях инфляции и риска; методы оценки стоимости различных источников финансирования инвестиций, систему показателей, рекомендуемых для анализа и оценки эффективности инвестиций в развитие логистических систем;

**уметь:** применить методы анализа эффективности инвестиционных проектов к решению задачи развития логистической системы; использовать результаты инвестиционного анализа в разработке управленческих решений; выявлять воздействие различных факторов риска на экономическую эффективность инвестиционного проекта;

**владеть навыками:** разработки алгоритма перехода предприятий от

традиционных к логистическим системам, предоставления качественных и количественных критериев оценки их эффективности.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. Методы управления инвестициями в логистических системах.

Тема 2. Модели проектных решений в логистике  
Тема 3. Оценка эффективности инвестиций (проекта) в развитие

логистических систем.

### Управление международными конфликтами и логистическая координация

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по программе «Стратегическая логистика в торговле» в области использования логистической координации в управлении международными конфликтами.

Задачи курса: изучение теоретических и методологических основ управления международными конфликтами; исследование содержания и механизмов логистической координации; формирование умений использования логистической координации в управлении международными конфликтами в сфере логистики; формирование у студентов умений, необходимых для эффективного осуществления профессиональной деятельности координационного логиста.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** историю становления международной конфликтологии; теоретико-методологические основы анализа международных конфликтов; методы регулирования международных конфликтов; механизмы международной логистической координации;

**уметь:** выявлять причины возникновения международных логистических конфликтов; организовывать и проводить коммерческие переговоры; разрабатывать стратегию логистической координации в цепях поставок; управлять логистическими бизнес-процессами для снижения интенсивности международных конфликтов; использовать разнообразные приемы логистической координации в закупках, распределении и сбыте продукции предприятия;

**владеть навыками:** разрешения международных конфликтов в сфере логистики; управления международных логистических конфликтов; логистической координации в управлении материальными и нематериальными потоками; проведения переговоров с контрагентами по логистическим вопросам.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. История становления международной

конфликтологии  
Тема 2. Основы анализа международных конфликтов

Тема 3. Международные конфликты в управлении материальными и нематериальными потоками

Тема 4. Регулирование международных конфликтов Тема 5.

Логистическая координация в управленческой теории

Тема 7. Логистическая координация как инструмент управления международными конфликтами в сфере логистики

### Моделирование товарных потоков в целях поставок

Цели учебной дисциплины: сформировать у магистров представление о механизме формирования товарных потоков, принципах и методах управления потоком товаров в логистических системах и цепях поставки, развить навыки определения оптимального (рационального) уровня запаса и умение управлять процессом формирования товарных потоков.

Задачами преподавания дисциплины являются: формирование понимания необходимости и возможности управления товарными потоками в звеньях цепей поставок; овладение содержанием процессов формирования товарных потоков в логистических системах различных уровней; изучение теории управления товарными потоками и современных возможностей и опыта применения различных стратегий управления товарными потоками; приобретение навыков выявления возможностей снижения общих логистических затрат и общих издержек, достижения стратегической цели организации за счет снижения запаса при сохранении надежности функционирования логистической системы и цепей поставок.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные методические подходы моделирования товарных потоков в цепях поставок, определения направлений совершенствования и оценки целесообразности реорганизации бизнес-процессов в цепях поставок.

**уметь:** применять основные инструменты проектирования и диагностики товарных потоков в цепях поставок, определения направлений совершенствования и оценки целесообразности реорганизации бизнес-процессов в цепях поставок.

**владеть навыками:** моделирования товарных потоков с применением современных программных средств и реализации комплексных проектов проектирования эффективных моделей товарных потоков в цепях поставок.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Управление цепями поставок, интегрированное планирование и модели

Раздел 2. Информационные технологии в моделировании товарных потоков

Раздел 3. Основы оптимизационного моделирования: линейное программирование

Раздел 4. Основы оптимизационного моделирования: целочисленное

программирование

Раздел 5. Унифицированная методология оптимизации для задач операционного планирования

Раздел 6. Базы данных для цепей поставок

### Транспортно-складское обеспечение логистики

Цель курса. В соответствии с направлениями подготовки целью освоения дисциплины является формирование системы знаний, системного мышления и соответствующих компетенций у студентов в области транспортно-складского обеспечения логистики.

Задачи курса: оценить место и роль транспортно-складской системы в современной экономике; ознакомиться с основными понятиями, задачами, принципами, показателями и основными категориями; исследовать виды транспортных средств и области их предпочтительного использования; приобрести навыки анализа логистических систем, моделирования их составляющих и связей между субъектами рынка, изучить методики оценки экономической эффективности использования транспортно-складской логистики.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные теоретические положения транспортно-складского обеспечения логистики; характеристики транспортной системы; логистические функции транспортно-складской системы; способы повышения эффективности перевозок грузов; логистической организации перевозки грузов; модели перевозки грузов; проблемы складского хозяйства и склада в логистике; основные логистические процессы на складах; логистические принципы складских технологий; процесс управления движением товаров на складах;

**уметь:** решать задачи транспортно-складского обеспечения логистики; определять потребность в услугах транспорта; оценивать эффективность использования транспортных средств; выбирать оптимальные маршруты движения транспортных средств; планировать потребности в складских мощностях; давать оценку эффективности использования складских мощностей; оптимизировать внутрискладские логистические процессы;

**владеть навыками:** выбора транспортных средств; маршрутизации грузов; оценки эффективности использования различных видов транспорта; разработки планов потребностей в транспортных услугах; оценки эффективности использования складских помещений; управления запасами товаров на складах.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Раздел 1. Теоретические основы транспортно-складского обеспечения в торговой логистике.** Тема 1. Предмет и задачи курса. Тема 2. Транспортно-складская система как объект логистического управления.

**Раздел 2. Транспортное обеспечение логистики.** Тема 3. Содержание

транспортного обеспечения логистики. Тема 4. Логистические системы доставки грузов

**Раздел 3. Складское обеспечение логистики.** Тема 5. Содержание складского обеспечения логистики. Тема 6. Организация и управление логистическим процессом на складе.

### Методология логистической интеграции

Цель курса. В соответствии с направлениями подготовки целью освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по профилю подготовки «Стратегическая логистика в торговле» направления «Торговое дело» в области методологии логистической интеграции.

Задачи курса: обучение студентов методологии логистической интеграции; развитие логического мышления.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** понятийный аппарат методологии логистической интеграции; научную базу логистики, методы, используемые в логистике.

**уметь:** вести организационную работу по внедрению логистики в деятельность предприятия.

**владеть:** методологией логистической интеграции. Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Раздел 1. Научные и методологические основы логистической интеграции:** Тема 1. Факторы и тенденции развития логистики. Тема 2. Миссия, политика, цель, общие и частные задачи логистики, принципы эффективного ее использования. Тема 3. Понятие и сущность методологии логистической интеграции.

**Раздел 2. Концепция интегральных логистических систем:** Тема 3. Классификация и характеристика логистических систем. Тема 4. Интеграция как основа формирования современных логистических систем. Тема 5. Интеграция функциональных областей логистики.

**Раздел 3. Информационно-коммуникационные системы и техника в логистике:** Тема 6. Интегрированные решения для бизнеса

### Дисциплины по выбору

#### Логистика в сфере услуг

Цель курса. В соответствии с направлениями подготовки целью освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по профилю подготовки «Стратегическая логистика в торговле»

направления «Торговое дело» в области логистики в сфере услуг.

Задачи курса: обучение студентов логистике в сфере услуг; развитие логического мышления.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** понятийный аппарат логистики в сфере услуг;

**уметь:** вести организационную работу по внедрению логистики в деятельность предприятия.

**владеть навыками:** практически применять знания логистики в сфере услуг в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

### **Раздел 1. Теоретические основы логистики в сфере услуг:**

**Тема 1. Сущность и значение логистики в сфере услуг.** Сущность понятий «услуга», «логистика в сфере услуг». Роль и задачи логистики в сфере услуг. Факторы и тенденции развития логистики в сфере услуг. Основные положения логистических концепций. Сервисные потоки как основные объекты исследования и управления в логистике. Логистика сервисного обслуживания как надежное конкурентное преимущество предприятия. Формы логистики в сфере услуг: обслуживание при поставке товаров, в процессе продажи, послепродажное обслуживание. Интеграция сервисных, информационных и финансовых потоков, отражающих требования потребителей. Зарубежный опыт использования логистики в сфере услуг.

**Тема 2. Миссия, политика, цель, общие и частные задачи логистики в сфере услуг, принципы эффективного ее использования.** Логистическая миссия. Логистическая стратегия. Функции логистики в сфере услуг. Принципы логистики в сфере услуг. Категории эффективного использования логистики в деятельности предприятия.

**Тема 3. Критерии оценки качества услуг логистического сервиса.** Определение оптимального объема логистического сервиса. Создание логистического сервиса и оптимизация его объема. Выбор поставщиков. Оптимизационные решения в транспортировке. Интегрированная ИС управления услугами.

**Раздел 2. Организация логистики в сфере услуг предприятий торговли:**

**Тема 4. Особенности использования логистики в сфере услуг розничной и оптовой торговли.** Использование логистики в процессе поставки товаров на предприятия оптовой и розничной торговли, во время продажи и после продажи. Особенности разработки стратегии послепродажного обслуживания покупателей.

Сервисная логистика



---

Цель курса. В соответствии с направлениями подготовки целью освоения дисциплины является формирование системы знаний, системного мышления и соответствующих компетенций у студентов в области сервисной логистики.

Задачи курса: ознакомление студентов с теоретическими знаниями в области сервисной логистики; возникновения и развития курса; формирование системы знаний о компонентах сервисной логистики предприятий торговли; углубление знаний, умений и навыков принятия решений в области формирования логистического сервиса; освоение современного инструментария оценки качества логистического сервиса; исследование видов логистического сервиса торговых предприятий; изучение предпродажного, послепродажного логистического сервиса и сервиса в процессе продажи товаров и услуг; ознакомление с процессом управления сервисной логистики.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные теоретические положения сервисной логистики; этапы становления и развития сервисной логистики; цели, задачи и принципы логистического сервиса; сущность и особенности предпродажного логистического сервиса; компоненты предпродажного логистического сервиса; виды логистического сервиса на этапе реализации товаров и услуг; основные компоненты послепродажного логистического сервиса; виды послепродажного логистического сервиса; содержание и особенности гарантийного и постгарантийного послепродажного логистического сервиса; этапы процесса управления сервисной логистикой;

**уметь:** определять политику торговых предприятий по оказанию предпродажного логистического сервиса; формировать политику торговых предприятий по оказанию логистического сервиса в процессе продажи; определять политику торговых предприятий по оказанию послепродажного логистического сервиса; оценивать качества логистического сервиса; разрабатывать стратегию логистического сервиса;

**владеть навыками:** проведения исследований логистической сервисной политики предприятий торговли; оценки качества логистического сервиса; анализа влияния логистического сервиса на издержки и прибыли торговых предприятий; разработки стратегии логистического сервиса.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Раздел 1. Теоретические основы сервисной логистики:** Тема 1. Содержание сервисной логистики. Тема 2. Становление и развитие сервисной логистики.

**Раздел 2. Сервисная логистика предприятий торговли:** Тема 3. Предпродажный логистический сервис в деятельности предприятий. Тема 4. Логистический сервис в процессе продажи товаров и услуг. Тема 5.

Послепродажный логистический сервис.

**Раздел 3. Управление сервисной логистикой:** Тема 6. Содержание, компоненты и процесс управления сервисной логистикой.

#### Логистические модели построения производственного процесса

Цели учебной дисциплины: сформировать у магистров представление о механизме формирования товарных потоков, принципах и методах управления потоком товаров в логистических системах и цепях поставки, развить навыки определения оптимального (рационального) уровня запаса и умение управлять процессом формирования товарных потоков.

Задачами преподавания дисциплины являются: формирование понимания необходимости и возможности управления товарными потоками в звеньях цепей поставок; овладение содержанием процессов формирования товарных потоков в логистических системах различных уровней; изучение теории управления товарными потоками и современных возможностей и опыта применения различных стратегий управления товарными потоками; приобретение навыков выявления возможностей снижения общих логистических затрат и общих издержек, достижения стратегической цели организации за счет снижения запаса при сохранении надежности функционирования логистической системы и цепей поставок.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные методические подходы логистического моделирования построения производственного процесса, определения направлений совершенствования и оценки целесообразности реорганизации построения производственного процесса;

**уметь:** решать задачи логистической оптимизации управления материальными потоками, в частности, владеть приемами нормирования товарных запасов; разрабатывать системы контроля состояния запасов; формулировать требования к транспорту, к системам хранения и складской обработки грузов, к информационным системам, обеспечивающим продвижение грузов; решать локальные, общие и глобальные логистические задачи;

**владеть навыками:** методами анализа логистических процессов, процессов обслуживания потребителей и управления логистическими издержками; методами подбора необходимых инструментов, а именно методов и моделей планирования, прогнозирования и оптимизации логистических процессов, выбора состава логистической инфраструктуры, информационных технологий и коммуникационных систем; методами проектирования логистических систем, включающих процессы управления транспортировкой, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов от производителя до потребителя в соответствии с его

интересами и требованиями; владеть пакетом программ Microsoft Office с целью оформления документации на компьютере.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Раздел 1. Предмет и содержание дисциплины.** Логистическая цепь предприятия и основные ее звенья: закупка и поставка материалов, сырья и полуфабрикатов; хранение продукции и сырья; производство товаров; распределение, сбыт; потребление готовой продукции. Логистика производственных процессов. Место логистики в системе управления предприятием. Функциональные подразделения логистической службы, их взаимосвязь и взаимодействие в рамках единой системы. Выбор стратегии развития предприятия с учетом логистики. Обоснование необходимости автоматизации логистических процессов с целью повышения конкурентоспособности продукции.

**Раздел 2. Основные логистические концепции и системы.**

Логистические системы “толкающего” и “тянущего” типа. Логистические концепции «планирования потребностей ресурсов» и основанные на ней системы (МК.Р-1,2,3; ЭКГ). Принципы “точно в срок” в логистических системах: “Канбан”; производство без запасов. Прочие логистические концепции.

**Раздел 3. Интегрированные логистические системы.**

Микрологистические интегрированные системы. Макрологистические интегрированные системы. Виды показателей логистической деятельности. Определение экономического эффекта от использования производственной логистики.

Моделирование логистического процесса (продвинутый курс)

Цель дисциплины: сформировать у магистра представление о механизме формирования товарных потоков, принципах и методах управления потоком товаров в логистических системах и цепях поставки, развить навыки определения оптимального (рационального) уровня запаса и умение управлять процессом формирования товарных потоков.

Задачами преподавания дисциплины являются: формирование понимания необходимости и возможности управления товарными потоками в звеньях цепей поставок; овладение содержанием процессов формирования товарных потоков в логистических системах различных уровней; изучение теории управления товарными потоками и современных возможностей и опыта применения различных стратегий управления товарными потоками; приобретение навыков выявления возможностей снижения общих логистических затрат и общих издержек, достижения стратегической цели организации за счет снижения запаса при сохранении надежности функционирования логистической системы и цепей поставок.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** основные методические подходы логистического моделирования построения производственного процесса, определения направлений совершенствования и оценки целесообразности реорганизации построения производственного процесса;

**уметь:** решать задачи логистической оптимизации управления материальными потоками, в частности, владеть приемами нормирования товарных запасов; разрабатывать системы контроля состояния запасов; формулировать требования к транспорту, к системам хранения и складской обработки грузов, к информационным системам, обеспечивающим продвижение грузов; решать локальные, общие и глобальные логистические задачи; **владеть навыками:** методами анализа логистических процессов, процессов обслуживания потребителей и управления логистическими издержками; методами подбора необходимых инструментов, а именно методов и моделей планирования, прогнозирования и оптимизации логистических процессов, выбора состава логистической инфраструктуры, информационных технологий и коммуникационных систем; методами проектирования логистических систем, включающих процессы управления транспортировкой, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов от производителя до потребителя в соответствии с его интересами и требованиями; владеть пакетом программ Microsoft Office с целью оформления документации на компьютере.

Содержание дисциплины. Основные разделы

**Раздел 1. Управление цепями поставок, интегрированное планирование и модели.** Основы управления цепями поставок. Сети логистических цепей поставок. Интегрированное планирование цепей поставок. Цели управления цепями поставок. Обзор моделей цепей поставок и систем моделирования. Концепция моделирования корпоративных цепей поставок на основе различных управленческих дисциплин. Формирование стратегии и теория фирмы. Логистика, производство и инновационный менеджмент. Управление финансами. Прогнозирование спроса и маркетинг. Исследование операций. Инновации в области информационных технологий и моделирование поддерживающей цепи поставок. Организационная адаптация к интегрированному управлению и моделирование цепи поставок

**Раздел 2. Информационные технологии в моделировании товарных потоков.** Достижения в развитии систем планирования ресурсов предприятия (ERP) и электронной коммерции. Системы ERP. Электронная коммерция. Сравнение транзакционных и аналитических ИТ. Использование баз данных. Время выполнения запросов. Использование для модернизации бизнес-процессов. Иерархия систем цепей поставок. Компоненты иерархии системы цепи поставок. Частота анализа, число циклов и продолжительность

работы программы для анализа цепей поставок. Коммуникации в системах цепей поставок в области базы данных и принятия решений. Централизованное и децентрализованное принятие решений. Действующие системы и традиционное мышление.

**Раздел 3. Основы оптимизационного моделирования: линейное программирование.** Примеры моделирования на основе линейного программирования. Модель распределения ресурсов. Недопустимые и неограниченные модели. Оптимизация с использованием электронных таблиц. Модель распределения ресурсов на несколько периодов. Свойства моделей линейного программирования. Линейность. Делимость и аддитивность. Неделимость и непрерывность. Функция единственной цели. Точность данных. Интерпретация решения оптимального линейного программирования. Искусственные цены. Коэффициенты сниженной стоимости. Двойственная модель линейного программирования. Параметрический анализ и анализ чувствительности. Многоцелевая оптимизация. Стохастическое программирование

**Раздел 4. Основы оптимизационного моделирования: целочисленное программирование.** Краткое описание моделирования на основе смешанного целочисленного программирования. Фиксированные затраты. Экономия, обусловленная ростом масштабов производства (положительный эффект масштаба). Переналадка производства. Множественный выбор и другие нечисловые ограничения. Модели размещения центра распределения. Модель размещения распределительного центра. Модели оптимизации сети логистических цепей. Проектирование и применение оптимизационных моделирующих систем для стратегического и тактического планирования. Проектирование системы. Реализация системы. Программное обеспечение оптимизации. Оптимизаторы. Эффективность алгоритмов смешанного целочисленного программирования. Программные средства математического моделирования. Оптимизация с помощью электронных таблиц.

**Раздел 5. Унифицированная методология оптимизации для задач операционного планирования.** Эвристические методы для комбинаторных проблем оптимизации. Эвристика локальной доставки. Краткий обзор унифицированной методологии оптимизации. Пример декомпозиции производственного планирования. Унифицированная методология оптимизации. Унифицированная методология оптимизации в применении к задачам маршрутизации. Условия моделей оптимизации. Числовые решения. Унифицированная методология оптимизации в применении к календарному планированию производства. Общие сведения о компании и цифровые данные. Решения календарного планирования производства.

## Региональные аспекты территориальной стратегии и логистические подходы к ее реализации

Целью дисциплины является формирование у магистров знаний и навыков решения перспективных логистических задач, требующих широкой эрудиции и умения владеть инструментарием системного мышления и анализа экономических процессов, происходящих в территориальных бизнес-кластерах, состоящем из предприятий, специализированных в определенном секторе экономики и локализованных географически.

Ключевые задачи дисциплины: освоение принципов и методов аналитического исследования и аудита стратегических проблем развития логистики как на уровне организации бизнеса, так и на макроэкономическом (региональном) уровне, углубленное изучение передовых концепций и технологий интегрированной логистики и управления цепями поставок, позволяющих региону успешно конкурировать в динамичной конкурентной среде бизнеса; формирование навыков разработки инновационных управленческих решений, разработки логистической миссии и стратегии региона; изучение современных систем интегрированной информационной поддержки стратегического планирования и управления логистикой на уровне региона.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** цели, задачи, объект и предмет логистики, основные понятия, которыми оперирует логистика, специфику логистического подхода к управлению материальными потоками, функции логистики, методы логистики, принципы построения логистических систем, ключевые вопросы и процедуру разработки логистической стратегии предприятия и региона; задачи логистики в области закупок, транспортировки, складирования и реализации, задачи организации логистического сервиса, основные системы контроля состояния запасов, принципы построения информационных систем в логистике, современные технологии управления информационными потоками; тенденции и закономерности развития логистики в бизнес-кластерах;

**уметь:** модифицировать методы и средства для оптимизации логистических решений; решать задачи логистической оптимизации управления материальными потоками в территориальных бизнес-кластерах, в частности, владеть приемами нормирования товарных запасов; разрабатывать системы контроля состояния запасов; принимать решения по размещению складов в бизнес-кластерах; решать задачи, связанные с организацией товароснабжения и транспортировки грузов в бизнес-кластерах; формулировать требования к транспорту, к системам хранения и складской обработки грузов, к информационным системам, обеспечивающим продвижение грузов; организовывать логистические процессы на складах

предприятий торговли бизнес-кластеров; принимать решения по логистическому сервису, а также решать ряд других задач;

**владеть навыками:** подбора необходимых инструментов, методов и моделей планирования, прогнозирования и оптимизации логистических процессов, выбора состава логистической инфраструктуры, информационных технологий и коммуникационных систем в территориальных бизнес-кластерах; построения алгоритмов управления процессами товародвижения в территориальных бизнес-кластерах; моделирования региональной стратегии развития транспортно-логистических комплексов; основами организации регионального информационно-аналитического центра логистики.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

**Раздел 1. Регион как объект региональной логистики:** Тема 1. Регион как объект региональной логистики. Субъекты и объекты региональной логистики. Базисные и ключевые функциональные области региональной логистики. Задачи управления потоковыми процессами в регионе. Эволюция концепции логистики в реализации транспортно-логистической стратегии региона. Тема 2. Методология развития инфраструктуры региональной логистики

**Раздел 2. Территориальной стратегии развития: логистический аспект:** Тема 3. Региональные особенности территориальной стратегии развития: логистический аспект. Основные виды региональных логистических стратегий. Тема 4. Принципы формирования региональных логистических систем. Тема 5. Системные характеристики региональных логистических систем. Тема 6. Концепция стратегического планирования и оптимального управления региональной логистикой.

**Раздел 3. Направления развития транспортно-логистического комплекса и информационно-аналитического центра логистики региона:** Тема 7. Концептуальные направления программы развития единой логистической системы транспортных узлов региона. Области совершенствования региональной логистики. Моделирования региональной стратегии развития транспортно-логистических комплексов. Тема 8. Приоритетные направления государственной поддержки развития кластера транспортно-логистических услуг региона. Тема 9. Методология организации регионального информационно-аналитического центра логистики.

#### Реверсивная логистика

Цель курса. В соответствии с направлениями подготовки целью освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по профилю подготовки «Стратегическая логистика в торговле» направления «Торговое дело» в области реверсивной логистики.

**Задачи курса:** обучение студентов теоретическим и практическим знаниям реверсивной логистики; формирование у студентов системного мышления

В результате изучения учебной дисциплины (модуля) «Реверсивная логистика» обучающиеся должны:

**знать:** понятийный аппарат реверсивной логистики; организацию управления товарными запасами

**уметь:** вести организационную работу по внедрению реверсивной логистики в деятельность предприятия; документально оформлять возвращаемые товары; применять нормативные документы, регулирующие возврат товаров

**владеть навыками:** практического использования реверсивной логистики.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

### **Раздел 1. Теоретические основы реверсивной логистики:**

**Тема 1. Понятие и сущность реверсивной логистики.** Понятия «отходы производства и потребления», «обращение с отходами», «размещение отходов», «лимит на размещение отходов», «реверсивная логистика», «рециклинг». Потоки движения вторичного сырья (отходы, которые могут повторно использоваться в экономике) и отходы, для которых не имеется технология переработки. Цель и задачи реверсивной логистики. Классификация вторичных материальных ресурсов, образуемых в процессах потребления.

### **Раздел 2. Организация экономических отношений на рынке вторичных материальных ресурсов:**

#### **Тема 1. Эволюция направлений в решении проблемы роста отходов.**

Подходы к предотвращению образования отходов производства и потребления на уровне предприятия: изменение сырья, изменение технологических процессов, изменение конструкции, состава или упаковки продукта. Достоинства и недостатки традиционных способов избавления от отходов.

**Тема 2. Экономическое регулирование в области обращения с отходами.** Основные принципы экономического регулирования в области обращения с отходами: плата за размещение отходов, стимулирование деятельности в области обращения с отходами. Государственный надзор в области обращения с отходами. Ответственность за нарушение законодательства РФ в области обращения с отходами.

**Тема 3. Факторы роста объема образования отходов.** Периоды развития производительных сил, повлиявших на вовлечение в хозяйственный оборот материальных ресурсов. Факторы роста объема образования отходов.

**Тема 4. Особенности рынка вторичных материальных ресурсов.** Четыре категории отходов. Основные статьи затрат в себестоимости



продукции. Факторы, влияющие на стоимость вторичного и первичного сырья. Инфраструктура обращения с отходами

### **Раздел 3. Управление реверсивной логистикой:**

#### **Тема 1. Понятие и сущность управления возвратной логистикой.**

Принципы комплексного управления отходами. Факторы, влияющие на эффективность управления системой обращения с отходами. Эффективность оценки рециклинга.

**Тема 2. Логистическая система утилизации вышедших из эксплуатации автомобилей.** Программа утилизации автомобилей. Оформление документов на возврат автомобилей. Движение потоков в рамках реверсивной логистической системы утилизации автомобилей.

**Тема 3. Возврат покупателями бытовой техники и других товаров.** Закон «О защите прав потребителей». Правила продажи отдельных видов товаров. Особенности возврата покупателями отдельных видов товаров. Логистическая система утилизации бытовой техники.

### Информационные системы управления складом WMS

Цели и задачи освоения учебной дисциплины: углубление и расширение теоретических знаний о методологических основах информационных систем, методах и средствах управления складом, применение современных высокоэффективных информационных технологий, инновационных программных продуктов в исследовательской и профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** методологические основы современных информационных систем управления складом (**Warehouse Management System – WMS** тенденции, возможности, направления развития информационных технологий **WMS**; специализированные программные управления складом, инновационные программные продукты решения прикладных задач автоматизации топологии, просмотра склада, операций прихода, размещения, комплектации, отгрузки, инвентаризации товаров;

**уметь:** методологически обосновать решения по управлению складом на базе современных информационных систем и технологий; осуществлять выбор программных средств управления складом в соответствии направлением научных исследований, потребностями организаций; применять программные продукты управления в профессиональной и научной деятельности;

**владеть:** приемами сбора, обобщения, анализа управленческой информации, выбора путей автоматизированного решения прикладных задач **WMS**; навыками принятия эффективных управленческих решений средствами современных информационно-коммуникационных технологий.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

#### **Раздел 1. Методологические основы информационных систем (ИС)**

**управления складом WMS.** Роль и место современных Warehouse Management System как систем управления, обеспечивающие автоматизацию и оптимизацию процессов складской работы. Классификация программных средств автоматизации различных типов складов (ответственного хранения, складских терминалов, промышленных и торговых складов, распределительных центров, складов дистрибьюции, территориально разделенных). Состояние и перспективы развития систем управления складом.

**Раздел 2. Автоматизация технологических процессов складской логистики.** Понятие технологических процессов складской логистики. Режимы реализации процессов. Методы и средства автоматизации топологии, просмотра склада, операций прихода, размещения, комплектации, отгрузки заказов, инвентаризации товаров

**Раздел 3. Техническое обеспечение ИС управления складом.** Роль и место складского оборудования в автоматизации управления складом.

Особенности мобильных терминалов сбора данных сканеров штрих кода, принтеров этикеток, терминалов подбора товара, контроля фактической отгрузки. Технологические тенденции автоматизации складов: мобильные технологии, двухмерное штрих кодирование, интеграция с другими системами, роботизированные склады.

**Раздел 4. Программные средства класса WMS для складской логистики.** Управление работой складской техникой, персоналом. Контроль перемещения грузов и погрузочной техники по территории склада. Оперативное планирование заданий персоналу, управление заказами. Дополнительные возможности работы с оборудованием. Интеграция с системой автоматизации бухгалтерского учета.

Программные продукты «WMS система ФОЛИО», «EME.WMS», «Проксима-Склад WMS», «Expert Logistics», «i-WMS», «[WMS БУХта: Складской комплекс](#)», «TopLog WMS», «PowerHouse/WMS™»

### Виртуальные логистические технологии

**Цели освоения учебной дисциплины:** сформировать компетенции обучающегося в области изучения виртуальных логистических технологий необходимых для углубленного понимания состава задач виртуальной торговой логистики и порядка их решения.

**Ключевые задачи дисциплины:** сформировать навыки самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); подготовить магистранта к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности; способность к исследованию прогрессивных направлений

развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы; способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ.

В результате изучения дисциплины магистр должны:

**знать:** цели и задачи виртуальной логистики в торговой компании; основные направления логистической оптимизации транспортных процессов в Интернет торговле; основные информационные продукты, обеспечивающие поддержку функционирования виртуальных логистических систем в торговле; **уметь:** анализировать систему виртуального логистического сервиса предприятия торговли; формулировать задачу развития виртуальной логистической системы предприятия торговли; формулировать требования к информационным системам в сети Интернет с целью оптимизации логистических процессов.

**владеть:** методами анализа материальных потоков на предприятии торговли; современными информационными технологиями.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Раздел 1. Цели, задачи и методы проектирования виртуальных логистических систем в торговле

Раздел 2. Проектирование виртуальных систем управления запасами в торговой логистике

Раздел 3. Проектирование информационного обеспечения виртуальной торговой логистики

### Логистика и управление розничными продажами

Целью освоения дисциплины является сформировать компетенций, позволяющие принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по программе «Стратегическая логистика в торговле» в области использования инструментов логистики в управлении розничными продажами.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** термины и показатели торговой логистики; состав задач торговой логистики и методы их решения; сущность, значение, функции, принципы управления розничными продажами; организационные основы управления продажами; тактические приемы продаж; особенности управления товарным ассортиментом, продвижением продукции, обслуживанием покупателей; использование логистики в управлении розничными продажами;

**уметь:** давать оценку эффективности управления продажами товаров и услуг; организовать организационную структуру управления продажами; проводить расчеты прогнозов продаж; планировать запасы товаров в предприятиях торговли на основе прогнозов спроса; использовать различные

методы управления ассортимента товаров; разработать научные основы погрузочно-разгрузочных и транспортно-складских операций в торговле; разработка методов совместного планирования снабжения, складирования и сбыта продукции;

**владеть навыками:** использования методов прогнозирования продаж; эффективного размещения товаров; методами управления погрузочно-разгрузочными и транспортно-складскими операциями в предприятиях торговли; расчетов эффективности управления продажами; планирования товарных запасов в торговле.

Содержание дисциплины. Основные разделы: Раздел

1. Основы управления розничными продажами

Раздел 2. Направления и приемы управления розничными продажами

Раздел 3. Логистика как инструмент повышения эффективности управления розничными продажами

### Международная логистика

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности магистров по программе «Стратегическая логистика в торговле» в области международной логистики.

Задачи курса: изучение рыночных аспектов, принципов, подходов, категорий, правил международной логистики; обучение студентов особенностям организации логистического управления на зарубежных рынках; формирование умений современным методам управления логистическими системами во внешнеэкономической деятельности; формирование у студентов умений, необходимых для эффективного осуществления профессиональной деятельности логиста-международника.

В результате изучения дисциплины магистр должен:

**знать:** термины и показатели международной логистики; состав задач международной логистики и методы их решения; правила международных транспортных операций; организацию международных перевозок грузов; таможенное регулирование и страхование в международной логистике; межгосударственные и российские нормативные акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность по перевозке грузов;

**уметь:** устанавливать логистические отношения с зарубежными контрагентами; владеть способами организации международных транспортных операций, отвечающими современным требованиям международного бизнеса; планировать международные перевозки в соответствии с деловой стратегией предприятия; определять стоимость транспортных услуг и составлять транспортные условия международного контракта; определять таможенную стоимость товаров; выбирать вид транспорта при осуществлении международных транспортных операций;

обеспечивать качественное логистическое обслуживание зарубежных покупателей;

*владеть навыками:* выбора вида транспортных средств для международных перевозок грузов; выбора посредников во внешнеторговых операциях; разработки планов международных перевозок грузов; расчета таможенной стоимости товаров.

Содержание дисциплины. Основные разделы:

Тема 1. Содержание международной логистики

Тема 2. Международная транспортная логистика

Тема 3. Сущность, виды и правила международных транспортных операций

Тема 4. Посредничество во внешнеторговых транспортных

операциях

Тема 5. Правовое регулирование международных

перевозок

Тема 6. Организация международных перевозок грузов

Тема 7. Таможенное регулирование в международной логистике

Тема 8. Страхование в международной логистике

Тема 9. Аутсорсинг в международной логистике