

## **Б2.В.02 (У) Практикум: Маркетинг и управление цепями поставок в отраслях и сферах**

### **Цель практикума**

**Целью** учебного практикума «Маркетинг и управление цепями поставок в отраслях и сферах» является формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области маркетинга и управления цепями поставок, как управления сквозными потоковыми процессами на всех этапах воспроизводственного цикла в соответствии с рыночным спросом, с целью обеспечения системной взаимосвязи маркетинга и распределения с производством и закупками.

### **Учебные задачи практикума**

**Задачами** учебного практикума «Маркетинг и управление цепями поставок в отраслях и сферах» являются:

- изучение теоретических и методологических основ управления цепями поставок с позиций реализации маркетинговой стратегии предприятия;
- получение сведений о новейших достижениях в области маркетинга, интеграции производства, материально-технического обеспечения, транспортировки, информатики и коммуникации;
- овладение формами и методами логистического управления сферами производства и обращения;
- овладение навыками самостоятельного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Учебный практикум Б2.В.02 (У) «Маркетинг и управление цепями поставок в отраслях и сферах» относится к вариативной части блока 2 практик учебного плана и ориентирован на конкретизацию и детализацию профессиональных знаний в области маркетинга и управления цепями поставок.

Учебный практикум основывается на знаниях следующих дисциплин: «Теория организации», «Теория менеджмента», «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Управление закупками» студент должен:

#### **Знать:**

- управленческие функции в области закупок (ОК-4, ОПК-3, ПК-5, ПК-9);
- основы маркетинга в области организации товаропроводящих систем (ОК-3, ПК-3, ПК-5, ПК-9);

#### **Уметь:**

- организовывать и планировать деятельность организации (ОК-4, ОПК-3);
- применять логистический инструментарий, направленный на решение задач в области маркетинга (ОК-3, ПК-3, ПК-5, ПК-9).

#### **Владеть:**

- теоретическими и практическими навыками организации и планирования организации (ОК-4, ОПК-3, ПК-1, ПК-12);
- методическим инструментарием в решении задач по организации товаропроводящих систем (ОК-3, ПК-3, ПК-5, ПК-9).

Учебный практикум необходим для дальнейшего изучения дисциплины «Сервисная логистика».

## Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения практикума должны быть сформированы следующие компетенции:

### *общекультурные:*

#### **ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности**

В результате освоения компетенции **ОК- 3** студент должен:

##### **Знать:**

- основы экономических знаний, нормативно-правовые документы и действующее законодательство в области маркетинга и управления цепями поставок.

##### **Уметь:**

- использовать нормативные основы экономических знаний, нормативно-правовые документы в области маркетинга и управления цепями поставок.

##### **Владеть:**

навыками работы с первичными документами в области маркетинга и управления цепями поставок.

#### **ОПК-1 - владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности**

В результате освоения компетенции **ОПК- 1** студент должен:

##### **Знать:**

- методы поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в области маркетинга и управления цепями поставок.

##### **Уметь:**

- использовать нормативно-правовые документы в области маркетинга и управления цепями поставок.

##### **Владеть:**

навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в области маркетинга и управления цепями поставок.

#### **ОПК-2 - способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений**

В результате освоения компетенции **ОПК- 2** студент должен:

##### **Знать:**

- организационно-управленческие решения в области маркетинга и управления цепями поставок;

- логистические каналы и цепи в распределении.

##### **Уметь:**

- использовать организационно-управленческие решения с позиций социальной значимости принимаемых решений в области маркетинга и управления цепями поставок.

##### **Владеть:**

- навыками нахождения организационно-управленческих решений с позиций социальной значимости принимаемых решений в области маркетинга и управления цепями поставок.

#### **ПК-3 – владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности**

##### **Знать:**

- конфигурацию логистической сети цепей поставок;
- основы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности в области маркетинга и управления цепями поставок.

**Уметь:**

- использовать результаты стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности в области маркетинга и управления цепями поставок.

**Владеть:**

- навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности в области маркетинга и управления цепями поставок.

**ПК-13 – умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций**

В результате освоения компетенции **ПК- 13** студент должен:

**Знать:**

- основы моделирования бизнес-процессов и использования методов реорганизации бизнес-процессов в области маркетинга и управления цепями поставок;
- SCOR-модели цепи поставок.

**Уметь:**

- использовать модели бизнес-процессов и методы реорганизации бизнес-процессов в области маркетинга и управления цепями поставок.

**Владеть:**

- методами оптимизации цепей поставок на основе разработки маркетинговой стратегии предприятия;
- навыками моделирования бизнес-процессов и использования методов реорганизации бизнес-процессов в области маркетинга и управления цепями поставок.

**ПК-17 - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели**

В результате освоения компетенции **ПК- 17** студент должен:

**Знать:**

- основы интеграции цепей поставок на основе разработки маркетинговой стратегии предприятия;
- методы и способы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в области маркетинга и управления цепями поставок.

**Уметь:**

- выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели в области маркетинга и управления цепями поставок.

**Владеть:**

- навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности в области маркетинга и управления цепями поставок;
- навыками выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей в области маркетинга и управления цепями поставок.

**ПК-18 - владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)**

В результате освоения компетенции **ПК- 18** студент должен:

**Знать:**

- основы планирования и проектирования цепей поставок на основе разработки маркетинговой стратегии предприятия;

- основы бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в области маркетинга и управления цепями поставок.

**Уметь:**

- разрабатывать бизнес-план создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в области маркетинга и управления цепями поставок.

**Владеть:**

- навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) в области маркетинга и управления цепями поставок;

- навыками расчета экономической эффективности управления цепями поставок.

**Содержание дисциплины:**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1	Тема 1. Взаимосвязь маркетинга и управления цепями поставок
2	Тема 2. Оптимизация цепей поставок на основе разработки маркетинговой стратегии предприятия
3	Тема 3. Конфигурация логистической сети цепей поставок
4	Тема 4. Основы планирования и проектирования цепей поставок на основе разработки маркетинговой стратегии предприятия
5	Тема 5. Интеграция цепей поставок на основе разработки маркетинговой стратегии предприятия
6	Тема 6. Экономическая эффективность управления цепями поставок
7	Тема 7. SCOR-модели цепи поставок

**Форма контроля: в 5,6,7 семестрах – зачет**