

**Учреждение образования  
Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и  
Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия**

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор академии

В. В. Великанов

29 мая 2024 г.

Регистрационный № 50-166-24 /уч.



**КАНАЛЫ ДИСТРИБЬЮЦИИ И МАРКЕТИНГОВАЯ ЛОГИСТИКА**

**Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальностей:**

**6-05-0412-04 Маркетинг**

**(1-26 02 03 Маркетинг)**

**2024 г.**

Учебная программа оставлена в соответствии с:

- образовательным стандартом общего высшего образования по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг (ОСВО 6-05-0412-04-2023), а также учебными планами учреждения образования БД-0412-04-7-23у от 29.03.2023 г., БЗс-0412-04-7-23у от 29.03.2023 г.;
- образовательным стандартом высшего образования первой степени по специальности 1-26 02 03 Маркетинг (ОСВО 1-26 02 03-2021), а также учебными планами БД-26-02-7-21у от 27.05.2021 г., БД-26-02-7-22у от 25.05.2022 г., БЗс-26-02-7-22у от 25.05.2022 г., БВШ-26-02-7-23у от 29.03.2023 г.

#### **СОСТАВИТЕЛЬ:**

Любецкий П.Б., доцент кафедры маркетинга УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия», к.э.н., доцент;

Лёвкина О.В., доцент кафедры маркетинга УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия», к.э.н.

#### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Пилипук А.В., директор РНУП «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси», член-корреспондент НАН Беларуси, доктор экономических наук, профессор;

Филипцов А.М., профессор кафедры экономической теории учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор.

#### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

(протокол № 9 от 19.04.2024 г.);

Методической комиссией факультета бизнеса и права учреждения образования «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

(протокол № 8 от 24.04.2024 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»  
(протокол № 9 от 29.05.2024 г.).

## І. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Знание принципов эффективной организации потоковых процессов и управления цепями поставок в настоящее время является необходимым элементом подготовки кадров высшей квалификации в области экономики. Учебная дисциплина «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» предназначена для получения студентами базовых знаний в вопросах логистической распределения товаров. Знания и умения, полученные студентами в результате изучения дисциплины, должны быть направлены на эффективную организацию и управление распределительными товарными системами исходя из стратегических и тактических целей функционирования организации. Учебная дисциплина «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» является комплексом знаний, который находится в пространстве дисциплин, относящихся к организации маркетинговой и логистической деятельности.

Цель преподавания учебной дисциплины: формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области распределения товаров и маркетинговой логистики как процесса управления материальными, информационными и прочими потоками на этапе сбыта товарно-материальных ценностей и сопутствующего сервиса в соответствии с рыночным спросом, как процесса обеспечения системной взаимосвязи распределения с производством и закупками в плане сквозного управления материальными потоками.

Задачи учебной дисциплины: объяснение специфических категорий и понятий; изучение подходов и приемов управления материальными и информационными потоками; изучение принципов построения логистических систем; изучение взаимодействия распределения товаров с основными управленческими функциями предприятия; изучение систем управления запасами; изучение принципов рационального построения финансовых потоков в логистических системах.

Учебная программа разработана на основе компетентностного подхода, требований к формированию у студента компетенций, представленных в образовательных стандартах высшего образования для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» (ОСВО 1-26 02 03 – 2013) и специальности 6-05-0412-04 Маркетинг. Учебная дисциплина «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» относится к учебным дисциплинам компонента учреждения высшего образования, модулю «Управление взаимоотношениями с потребителями».

Освоение учебной дисциплины базируется на компетенциях, приобретенных ранее студентами при изучении учебных дисциплин «Теория маркетинга», одновременно изучается «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе».

Знания, полученные в результате изучения учебной дисциплины «Каналы дистрибуции и маркетинговая логистика», могут использоваться при дипломном проектировании и в дальнейшей учебной и практической деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен развить следующие специальные компетенции (СК), предусмотренные образовательным стандартом высшего образования: определять логистическую миссию и анализировать логистическую среду организации, применять методы управления материальными, финансовыми и информационными потоками, оценивать эффективность инвестиций в развитие логистической системы предприятия.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной и социально-культурной жизни страны.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **знать**:

- цели и основные принципы распределения товаров;
- методы обоснования и выбора каналов дистрибуции;
- принципы построения логистических систем;
- методологические основы маркетинговой логистики;
- формы и методы планирования и организации логистической деятельности в организации;
- средства и методы обоснования решений в маркетинговой логистике.

Студент должен **уметь**:

- решать задачи, связанные с организацией дистрибуции товаров;
- выполнять экономические расчёты для обоснования дистрибуции товаров организации;
- применять системный подход к проектированию логистических систем, ставить задачу их оптимизации;
- разрабатывать и обосновывать мероприятия по совершенствованию экономического механизма деятельности организации с учетом требований маркетинговой логистики;
- применять в планировании современные информационные технологии.

Студент должен **владеть**:

- навыками разработки производственных программ на основе принципов логистики;
- навыками построения логистических систем на предприятии;
- навыками организации процессов маркетинговой логистики на предприятии.

*Для дневной формы получения высшего образования* общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» и в соответствии с учебными планами БД-26-02-7-21у от 27.05.2021 г., БД-26-02-7-22у от 25.05.2022 г. составляет 202 часа, из них 112 часов аудиторные занятия, 90 часов – самостоятельная работа. По видам занятий предусматривается следующее распределение аудиторного времени: лекции – 48 часов, практические занятия – 64 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен. Учебная дисциплина преподается студентам на 4 курсе в 7-м семестре. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

*Для дневной формы получения высшего образования* общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» по специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг» и в соответствии с учебным планом БД-0412-04-7-23у от 29.03.2023 г. составляет 202 часа, из них 112 часов аудиторные занятия, 90 часов – самостоятельная работа. По видам занятий предусматривается следующее распределение аудиторного времени: лекции – 48 часов, практические занятия – 64 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен. Учебная дисциплина преподается студентам на 4 курсе в 7-м семестре. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

*Для заочной формы получения высшего образования на основе среднего специального образования* общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» по специальности 1-26 02 01 «Маркетинг» и в соответствии с учебным планом БЗс-26-02-7-22у от 25.05.2022 составляет 202 часов, из них 22 часа – аудиторные занятия, 140 часов – самостоятельная работа. По видам занятий предусматривается следующее распределение аудиторного времени: лекции – 10 часов, практические занятия – 12 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен. Учебная дисциплина преподается студентам на 4 курсе. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

*Для заочной формы получения высшего образования на основе среднего специального образования* общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» по специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг» и в соответствии с учебным планом БЗс-0412-04-7-23у от 29.03.2023 общее число часов составляет 202, из них 18 часов – аудиторные занятия, 112 часов – самостоятельная работа. По видам занятий предусматривается следующее распределение аудиторного времени: лекции – 8 часов, практические занятия – 10 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен. Учебная дисциплина преподается

студентам на 4 курсе. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц.

*Для заочной формы получения второго высшего образования в Высшей школе агробизнеса* общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» и в соответствии с учебным планом БВШ-26-02-7-23у от 29.03.2023 г. составляет 202 часа, из них 26 часов – аудиторные занятия, 176 часов – самостоятельная работа. По видам занятий предусматривается следующее распределение аудиторного времени: лекции – 12 часов, практические занятия – 14 часов. Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен. Учебная дисциплина преподаётся студентам на 5 курсе. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц.

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **1. Сбытовая система предприятия и каналы дистрибьюции**

Сбытовая система предприятия и ее элементы. Собственная, связанная и независимая системы сбыта. Формы сбыта: прямой и косвенный сбыт, оптовая и розничная торговля. Вертикальная, горизонтальная, интегрированная сбытовые системы, оптово-розничные торговые сети. Виды сбыта: интенсивный, селективный и эксклюзивный сбыт.

Каналы дистрибьюции и их функции. Прямые поставки, одноуровневые и многоуровневые, толкающие и тянущие каналы дистрибьюции. Уровень и ширина канала дистрибьюции. Факторы, определяющие их выбор. Элементы каналов дистрибьюции: оптовые склады предприятия, фирменные магазины, торговые посредники, логистические провайдеры, конечные потребители.

Виды посредников в каналах дистрибьюции: дистрибьюторы, дилеры, коммивояжеры, брокеры, независимые торговые организации. Затраты и прибыль, точка безубыточности и точка безразличия в каналах дистрибьюции. ABC- и XYZ-анализ в каналах дистрибьюции. Оптимизация каналов дистрибьюции. Информационные системы управления каналами дистрибьюции: управление цепочками поставок (SCM), системы ЛТ (точно-в-срок), CRM (управление отношениями с заказчиками).

### **2. Управление товародвижением в каналах дистрибьюции**

Понятие товародвижения. Цели и задачи товародвижения. Управление товародвижением и его цели: оперативность, ритмичность, оперативное регулирование товарных потоков в зависимости от спроса. Роль в управлении товародвижением подсистемы учета заказов клиентов и контроля за их выполнением. Функция управления заказами. Выбор формы товародвижения: складская или транзитная для обеспечения эффективности товародвижения.

Создание системы оперативной информационной связи между поставщиками, оптовыми и розничными торговыми организациями, складами, транспортными организациями на основе унификации форм документов, системы сбора, передачи, обработки и хранения информации. Обеспечение эффективности управления товародвижением на основе создания информационно-диспетчерских служб. Основные задачи информационно-диспетчерских служб: оперативный контроль за выполнением плана товароснабжения потребителей, рациональное использование имеющиеся товарные ресурсов, принятие мер для оперативного завоза потребителям товаров, которых не хватает.

### **3. Оптовая и розничная торговля в системе дистрибьюции**

Сущность оптовой торговли. Роль оптовой торговли в функционировании товарного рынка. Факторы, определяющие необходимость создания

предприятий оптовой торговли. Функции и основные задачи оптовой торговли. Виды и формы оптовых предприятий. Прямая оптовая торговля. Оптовые предприятия с полным и ограниченным обслуживанием. Организационно-правовые формы оптовых предприятий. Маркетинговые решения, принимаемые оптовиками. Установление целевого рынка, определение наиболее приемлемого ассортимента товаров и услуг, установление обоснованной цены, осуществление политики продвижения, установление местоположения. Необходимость и особенности государственного регулирования деятельности оптовой торговли. Основные методы регулирования. Государственный заказ, таможенная политика, квотирование и социальная политика государства.

Сущность розничной торговли. Основные функции и задачи розничной торговли. Особенности организации розничной торговли. Формы предприятий розничной торговли. Основные факторы, учитываемые при классификации предприятий розничной торговли: предлагаемый товарный ассортимент; политика цен; уровень концентрации торговой сети; форма собственности; уровень предоставляемых услуг; специфика обслуживания. Основные маркетинговые решения, принимаемые розничными торговцами. Определение целевого рынка. Установление обоснованного ассортимента предлагаемых товаров. Обеспечение эффективной ценовой политики и политики продвижения. Выбор наиболее приемлемого места расположения магазина.

#### **4. Маркетинговая логистика, сущность и концепция**

Определение маркетинговой логистики. Маркетинговая логистика как часть логистики предприятия. Маркетинговая логистика как объединение идей маркетинга и логистики. Задачи маркетинговой логистики. Функции маркетинговой логистики: прогнозирование спроса на продукцию, планирование физического распределения продукции между рынками и потребителями, управление потоками готовой продукции от предприятия до потребителей, транспортировка, складирование, управление товарными запасами на предприятиях и в торговых организациях. Принципы маркетинговой логистики: синхронизация, оптимизация, интеграция участников потокового процесса.

Логистические затраты. Правила маркетинговой логистики: доставка нужной продукции нужным потребителям, в нужное место, в нужное время, с минимальными затратами времени и денежных средств. Связь маркетинговой логистики с маркетингом, менеджментом, производством и финансами. Экономический эффект от использования маркетинговой логистики на предприятиях и в торговых организациях.

## **5. Основные понятия маркетинговой логистики**

Логистические потоки и их характеристика: материальный, информационный, сервисный и финансовый потоки. Материальный поток как ключевая категория маркетинговой логистики. Виды материальных потоков: сырье, материалы, полуфабрикаты, комплектующие, готовая продукция, товары. Информационные, сервисные, финансовые потоки, связанные с материальным потоком, и их характеристика. Информационные потоки: реклама, коммерческие предложения, договора поставок, взаимодействия с клиентами, товарно-транспортные документы. Сервисные потоки: предпродажное и послепродажное обслуживание, учет замечаний потребителей как элементы сервиса в маркетинговой логистике. Финансовые потоки: логистические затраты, платежи, дебиторская задолженность в маркетинговой логистике.

Функции маркетинговой логистики: общие, системообразующая, интегрирующая, оптимизирующая, регулирующая, результирующая; основные и поддерживающие. Общие функции менеджмента: прогнозирование, планирование, организация, координация, контроль, регулирование, мотивация и развитие маркетинговой логистики на предприятии. Основные функции: формирование хозяйственных связей по поставкам продукции, товаров и услуг; управление заказами; транспортировка, управление товарными запасами, поддержание стандартов обслуживания потребителей. Поддерживающие функции: складирование, грузопереработка, упаковка, сервис, информационное взаимодействие с клиентами. Логистические операции и их виды, складские и транспортные операции. Макро- и микрологистические системы. Цепи поставок. Аутсорсинг в логистике. Логистические провайдеры.

## **6. Планирование и организация маркетинговой логистики**

Планирование и организация маркетинговой логистики как часть планирования и организации деятельности предприятий и торговых организаций. Функции планирования: прогнозирование спроса на продукцию, планирование физического распределения продукции, составление программ товародвижения и определение необходимых материальных и финансовых средств, календарное планирование производства, транспортных и складских операций. Планирование оптимальных хозяйственных связей и учет заказов клиентов. Анализ рынков, спроса потребителей на готовую продукцию и товары, логистических транспортных и складских систем, которые необходимы для доведения продукции до потребителей, как основа планирования и организации маркетинговой логистики. Оптимизация логистических затрат при доведении продукции до конечных потребителей.

Организация маркетинговой логистики: заключение договоров с оптовыми покупателями и торговыми посредниками, организация каналов

дистрибуции, заключение договоров с логистическими провайдерами, оказывающими транспортно-экспедиторские и складские услуги по доставке продукции предприятия до потребителей, организация товароснабжения и товародвижения в каналах дистрибуции.

### **7. Контроль в маркетинговой логистике**

Контроль как сравнение текущих результатов деятельности с прошлыми результатами или с намеченными целевыми нормативами. Объекты контроля в маркетинговой логистике: внутренние и внешние показатели деятельности. Внутренние контролируемые логистические показатели: затраты, сервис, производительность, активы, качество.

Показатели логистических затрат: общие, постоянные и переменные логистические затраты, удельные логистических затраты, доля логистических затрат в продажах, административные затраты, затраты на обработку заказов, затраты на оплату труда, затраты на информационную систему, сравнение фактических издержек с бюджетными показателями, анализ динамики издержек, прибыльность продукта.

Показатели логистического сервиса: норма насыщения спроса, дефицит запасов, ошибки при отгрузке, своевременность доставки, недопоставка, продолжительность цикла исполнения заказа, обратная связь с потребителями, обратная связь с торговыми агентами, количество претензий от потребителей.

Показатели логистической производительности: число отгрузок за период, число отгрузок на одного работника, стоимость продаж на единицу зарплаты, число заказов на торгового агента, сравнение с прошлыми периодами, целевые нормативы, индекс производительности.

Показатели управления логистическими активами: показатели товарных запасов, рентабельность логистических активов (основных средств), рентабельность инвестиций. Логистические показатели качества: частота повреждения продуктов, стоимость поврежденных продуктов, число претензий о возмещении ущерба, число возвратов товара от потребителей, стоимость возвращенных товаров. Внешние контролируемые показатели маркетинговой логистики: товарооборот за период, транспортные и складские затраты, затраты, связанные с поддержанием запасов, прибыль и рентабельность на рынках и в каналах дистрибуции.

### **8. Закупочная логистика**

Понятие «закупочная логистика». Цель закупочной логистики. Задачи закупочной логистики. Функции закупочной логистики.

Информационное обеспечение изучения рынка закупок. Механизм функционирования закупочной логистики. Зарубежный опыт материально-технического снабжения.

Планирование объемов закупок материальных ресурсов. Виды, формы и методы логистических закупок. Преимущества и недостатки методов закупок. Критерии выбора поставщиков.

Правовые основы закупочной деятельности в Республике Беларусь.

### **9. Логистика производственных процессов**

Сущность и задачи производственных процессов. Понятие «производственная логистика». Цель производственной логистики. Задачи производственной логистики. Функции производственной логистики. Принципы производственной логистики.

Управление производственными процессами в организации. Основные положения логистической концепции организации производства. Варианты управления материальными потоками во внутрипроизводственных логистических системах. «Толкающая система», ее сущность, условия применения, достоинства и недостатки. «Тянущая система» управления внутрипроизводственным материальным потоком, их сущность, достоинства и недостатки.

Требования к организации и управлению материальными потоками на производстве. Законы организации производства.

### **10. Распределительная логистика**

Распределительная логистика как часть маркетинговой логистики предприятия по управлению материальными потоками на участке «поставщик – потребитель». Задача распределительной логистики – оптимизация объемов и графиков поставки продукции на рынки и потребителям в соответствии со спросом и с целью получения предприятием максимальной прибыли. Функции распределительной логистики: прогнозирование спроса на продукцию на рынках, оптимальное планирование продаж и потоковых процессов в логистической системе; получение заказов на поставку продукции и их эффективное выполнение; складирование и транспортировка продукции от предприятия до потребителя, управление качеством поставок и логистическим сервисом, регулирование и контроль доставки продукции потребителям.

Логистические технологии DDT и DDP поставок продукции потребителям. Учет спроса, цен, прибыли и логистических затрат при распределении продукции предприятия между рынками и потребителями. Оптимизация системы распределения продукции на рынке. Информационные системы в распределительной логистике.

### **11. Логистика складирования**

Логистика складирования и ее задачи. Основные функции и задачи складов в логистической системе. Складская система маркетинговой логистики: склад готовой продукции предприятия, региональные и местные склады, склады

торговых посредников: дистрибьюторов, дилеров, торговых организаций и другие. Основные задачи складирования: собственный склад или склад общего пользования; количество складов, размещение складской сети; выбор места расположения склада. Условия выбора места размещения склада. Учет спроса и транспортных затрат при определении места размещения склада. Применение метода центра тяжести для определения координат склада. Минимизация затрат при формировании складской сети и обеспечении спроса на рынке.

Склад как логистическая система. Виды и классификация складов. Основные функции складов: временное размещение и хранение материальных (товарных) запасов; преобразование материальных потоков; обеспечение логистического сервиса в системе дистрибуции. Складские операции и технологический процесс на складе: разгрузка, приемка и постановка продукции на учет, сортировка, хранение, комплектация, упаковка, маркировка, оформление товарно-транспортных документов, подготовке товаров к поставке; погрузка на транспорт, отгрузка, снятие продукции с учета, инвентаризация запасов. Структура склада. Способы размещения продукции на складе. Проектирование площади склада. Оборудование склада. Складская грузовая единица. Техничко-экономические показатели работы склада. Складские затраты. Информационные системы в складской логистике.

## **12. Управление товарными запасами в маркетинговой логистике**

Сущность, цели и задачи маркетинговой логистики товарных запасов. Виды запасов. Основные причины формирования товарных запасов и факторы, влияющие на их уровень. Нормирование товарных запасов. Показатели логистики товарных запасов: уровень запасов, стоимость запасов, оборачиваемость запасов, коэффициент оборачиваемости, длительность оборота, доля запасов в обороте, затраты на поддержание запасов, количество дней на пополнение запасов, неликвидные и дефицитные запасы, колеблемость запасов, ABC- и XYZ- анализ запасов, эффективность запасов.

Системы управления товарными запасами. Полные, транспортные и складские затраты, связанные с поставками. Оптимизация управления товарными запасами. Точка заказа. Оптимальный размер заказа. Формула Вильсона. Учет оптовых скидок при определении оптимальной партии поставки. Информационные системы управления запасами.

## **13. Транспортная логистика**

Транспортная логистика как управление транспортом при доставке продукции от отправителя к получателю. Транспорт, его задачи и функции в маркетинговой логистике. Виды транспорта: автомобильный, железнодорожный, воздушный, морской, речной, трубопроводный, их характеристика, преимущества и недостатки. Задачи транспорта в

маркетинговой логистике: оказание транспортных услуг в нужное время, в необходимом объеме и качестве; обеспечение экономичности работы и снижение себестоимости транспортных услуг; сокращение сроков доставки грузов с целью повышения качества перевозки; соблюдение регулярности отправления и прибытия грузов в соответствии с действующими графиками движения, независимо от погодных и климатических условий, времени суток и других факторов, влияющих на перевозочный процесс; гарантирование максимальной сохранности перевозимых грузов; обеспечение безопасности движения подвижного состава и деятельности людей в границах транспортных предприятий и подразделений; соблюдение экологичности деятельности, предотвращение загрязнения окружающей среды продуктами отходами деятельности транспорта.

Виды перевозок: унимодальные, смешанные, мультимодальные, интермодальные, транзитные, со складированием, контейнерные. Транспортные тарифы и транспортные затраты (постоянные и переменные). Виды транспортных маршрутов. Критерии выбора оптимального транспорта, маршрута, и перевозчика. Товарно-транспортные документы. Транспортно-экспедиторские услуги. Законодательство Республики Беларусь о транспортно-экспедиторской деятельности. Правовое регулирование международных перевозок грузов, правила ИНКОТЕРМС.

Экономико-математические методы оптимизации транспортных маршрутов: задача коммивояжера, алгоритм Свира, метод Кларка-Райта, методы расчета расстояний на сети. Информационные системы управления в транспортной логистике.

#### **14. Сервис в маркетинговой логистике**

Понятие и виды логистического сервиса. Показатели логистического сервиса: уровень удовлетворения спроса потребителей, дефицит запасов, ошибки при отгрузке, своевременность доставки, недопоставки, продолжительность цикла исполнения заказа, обратная связь с потребителями, обратная связь с торговыми агентами, количество претензий от потребителей. Оценка уровня логистического сервиса. Затраты на логистический сервис, зависимость затрат от уровня логического сервиса, оптимальный уровень логистического сервиса.

Критерии качества сервиса: соответствие продукции (услуги) стандартам и требованиям заказчика; своевременность, скорость и гибкость поставок; качество информирования о продукте и ходе выполнения заказа; качество процедур урегулирования претензий; качество предпродажного, послепродажного, гарантийного и послегарантийного сервиса; выполнение условий договора поставки; качество складского, транспортного, информационного, финансового и кредитного обслуживания потребителей. Показатели контроля качества сервиса в маркетинговой логистике: количество

претензий потребителей, частота повреждения продуктов, стоимость поврежденных продуктов, число возвратов товара от потребителей, стоимость возвращенных товаров, ошибки при отгрузке, недопоставки, своевременность доставки. Создание на предприятии системы управления качеством сервиса в маркетинговой логистике. Информационная система управления качеством сервиса в маркетинговой логистике.

### **15. Информационная и финансовая логистика**

Понятие информационной логистики, ее задачи и функции. Информационные потоки в маркетинговой логистике. Информационная пирамида организации в маркетинговой логистике. Информационные системы, как необходимое условие согласованной работы всех звеньев логистической сети предприятия. Виды информационных систем в маркетинговой логистике и их задачи: плановые, диспозитивные (диспетчерские), оперативные (исполнительные) информационные системы.

Архитектура и виды обеспечения информационных систем. Проектирование информационной системы в маркетинговой логистике. Уровни используемой информации. Эффект от внедрения информационных систем в маркетинговой логистике. Современные информационные технологии в маркетинговой логистике. Интернет в маркетинговой логистике.

Содержание финансовой логистики. Сущность и принципы финансовой логистики. Стратегические и тактические задачи финансовой логистики. Понятие финансового потока. Финансовые ресурсы логистической системы. Рационализация финансовых потоков в логистической системе.

### **16. Международная логистика**

Сущность международной логистики и факторы ее развития. Формы выхода предприятий на зарубежные рынки. Особенности международной логистики. Международные цепи поставок. Инфраструктура международной логистики. Правовое обеспечение международной логистической деятельности. Риски в международной логистике. Информационные системы в международной логистике.

Таможенная логистика, ее задачи и функции. Классификаторы описания товаров в международной логистике. Критерии определения происхождения товаров. Виды и характеристики таможенных процедур. Определение таможенной стоимости товаров.

### III. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

3.1 Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Каналы дистрибуции и маркетинговая логистика» для студентов дневной формы получения высшего образования по специальности 1-26 02 03 Маркетинг в соответствии с учебным планом БД 26-02-7-21у от 27.05.2021, БД 26-02-7-22у от 25.05.2022

Название темы	Всего аудиторных	в том числе				Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия			
<b>Раздел 1. Каналы дистрибуции</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	–	–	<b>16</b>		
1. Сбытовая система предприятия и каналы дистрибуции	6	4	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
2. Управление товародвижением в каналах дистрибуции	8	4	4	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
3. Оптовая и розничная торговля в системе дистрибуции	8	4	4	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
<b>Раздел 2. Маркетинговая логистика</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	–	–	<b>74</b>		
4. Маркетинговая логистика, сущность и концепция	4	2	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
5. Основные понятия маркетинговой логистики	4	2	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
6. Планирование и организация маркетинговой логистики	6	2	4	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
7. Контроль в маркетинговой логистике	6	2	4	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
8. Закупочная логистика	8	4	4	–	–	4	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
9. Логистика производственных процессов	8	4	4	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
10. Распределительная логистика	10	4	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
11. Логистика складирования	10	4	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
12. Управление товарными запасами в маркетинговой логистике	8	2	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
13. Транспортная логистика	10	4	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
14. Сервис в маркетинговой логистике	6	2	4	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	

15. Информационная и финансовая логистика	4	2	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат
16. Международная логистика	6	2	4	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат
<b>Всего</b>	<b>112</b>	<b>48</b>	<b>64</b>	–	–	<b>90</b>	<b>Экзамен</b>

3.2 Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Каналы дистрибуции и маркетинговая логистика» для студентов дневной формы получения высшего образования по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг в соответствии с учебным планом БД-0412-04-7-23у от 29.053.2023

Название темы	Всего аудиторных	в том числе				Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия			
<b>Раздел 1. Каналы дистрибуции</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	–	–	<b>16</b>		
1. Сбытовая система предприятия и каналы дистрибуции	6	4	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
2. Управление товародвижением в каналах дистрибуции	8	4	4	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
3. Оптовая и розничная торговля в системе дистрибуции	8	4	4	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
<b>Раздел 2. Маркетинговая логистика</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	–	–	<b>74</b>		
4. Маркетинговая логистика, сущность и концепция	4	2	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
5. Основные понятия маркетинговой логистики	4	2	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
6. Планирование и организация маркетинговой логистики	6	2	4	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
7. Контроль в маркетинговой логистике	6	2	4	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
8. Закупочная логистика	8	4	4	–	–	4	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
9. Логистика производственных процессов	8	4	4	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
10. Распределительная логистика	10	4	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
11. Логистика складирования	10	4	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
12. Управление товарными запасами в маркетинговой логистике	8	2	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
13. Транспортная логистика	10	4	6	–	–	8	Устный опрос, решение задач,	

							модуль, реферат	
14. Сервис в маркетинговой логистике	6	2	4	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
15. Информационная и финансовая логистика	4	2	2	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
16. Международная логистика	6	2	4	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
<b>Всего</b>	<b>112</b>	<b>48</b>	<b>64</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>90</b>	<b>Экзамен</b>	

3.3 Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» для студентов заочной формы получения высшего образования по специальности 1-26 02 03 Маркетинг в соответствии с учебным планом БЗс-26-02-7-22у от 25.05.2022

Название темы	Всего аудиторных	в том числе				Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия			
<b>Раздел 1. Каналы дистрибьюции</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>18</b>		
1. Сбытовая система предприятия и каналы дистрибьюции	1,5	1	0,5	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
2. Управление товародвижением в каналах дистрибьюции	1,5	0,5	1	–	–	8	Устный опрос, модуль, реферат	
3. Оптовая и розничная торговля в системе дистрибьюции	1	0,5	0,5	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
<b>Раздел 2. Маркетинговая логистика</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>122</b>		
4. Маркетинговая логистика, сущность и концепция	0,5	0,5	–	–	–	8	Устный опрос, модуль, реферат	
5. Основные понятия маркетинговой логистики	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, модуль, реферат	
6. Планирование и организация маркетинговой логистики	1	0,5	0,5	–	–	10	Устный опрос, модуль, реферат	
7. Контроль в маркетинговой логистике	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, модуль, реферат	
8. Закупочная логистика	1,5	0,5	1	–	–	14	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
9. Логистика производственных процессов	1,5	0,5	1	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
10. Распределительная логистика	2,5	1	1,5	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	

11. Логистика складирования	1,5	0,5	1	–	–	12	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
12. Управление товарными запасами в маркетинговой логистике	2	1	1	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
13. Транспортная логистика	2,5	1	1,5	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат	
14. Сервис в маркетинговой логистике	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, модуль, реферат	
15. Информационная и финансовая логистика	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, модуль, реферат	
16. Международная логистика	1	0,5	0,5	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
<b>Всего</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>140</b>	<b>Экзамен</b>	

3.4 Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» для студентов заочной формы получения высшего образования по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг в соответствии с учебным планом БЗс-0412-04-7-23у от 29.03.2023

Название темы	Всего аудиторных	в том числе				Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия			
<b>Раздел 1. Каналы дистрибьюции</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>14</b>		
1. Сбытовая система предприятия и каналы дистрибьюции	1,5	1	0,5	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
2. Управление товародвижением в каналах дистрибьюции	1,5	0,5	1	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
3. Оптовая и розничная торговля в системе дистрибьюции	1	0,5	0,5	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат	
<b>Раздел 2. Маркетинговая логистика</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>98</b>		
4. Маркетинговая логистика, сущность и концепция	0,5	0,5	–	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
5. Основные понятия маркетинговой логистики	1	0,5	0,5	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
6. Планирование и организация маркетинговой логистики	1	0,5	0,5	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
7. Контроль в маркетинговой логистике	1	0,5	0,5	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат	
8. Закупочная логистика	1	0,5	0,5	–	–	10	Устный опрос, решение задач,	

							модуль, реферат
9. Логистика производственных процессов	1	0,5	0,5	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат
10. Распределительная логистика	1,5	0,5	1	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат
11. Логистика складирования	1	0,5	0,5	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат
12. Управление товарными запасами в маркетинговой логистике	1,5	0,5	1	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат
13. Транспортная логистика	2,5	1	1,5	–	–	10	Устный опрос, решение задач, модуль, реферат
14. Сервис в маркетинговой логистике	1	0,5	0,5	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат
15. Информационная и финансовая логистика	0,5	–	0,5	–	–	6	Устный опрос, модуль, реферат
16. Международная логистика	0,5	–	0,5	–	–	4	Устный опрос, модуль, реферат
<b>Всего</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>112</b>	<b>Экзамен</b>

3.5 Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика» для студентов Высшей школы агробизнеса заочной формы получения второго высшего образования по специальности 1-26 02 03 Маркетинг в соответствии с учебным планом БВИИ 26-02-7-23у от 29.03.2023

Название темы	Всего аудиторных	в том числе				Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия			
<b>Раздел 1. Каналы дистрибьюции</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>26</b>	<b>–</b>	
1. Сбытовая система предприятия и каналы дистрибьюции	2	1	1	–	–	8	Устный опрос, реферат	
2. Управление товародвижением в каналах дистрибьюции	2	0,5	1,5	–	–	10	Устный опрос, реферат	
3. Оптовая и розничная торговля в системе дистрибьюции	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, реферат	
<b>Раздел 2. Маркетинговая логистика</b>	<b>21</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>150</b>	<b>–</b>	

4. Маркетинговая логистика, сущность и концепция	1	1	–	–	–	8	Устный опрос, реферат
5. Основные понятия маркетинговой логистики	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, реферат
6. Планирование и организация маркетинговой логистики	1	0,5	0,5	–	–	12	Устный опрос, реферат
7. Контроль в маркетинговой логистике	1	0,5	0,5	–	–	10	Устный опрос, модуль, реферат
8. Закупочная логистика	2,5	1	1,5	–	–	16	Устный опрос, решение задач, реферат
9. Логистика производственных процессов	2,5	1	1,5	–	–	16	Устный опрос, решение задач, реферат
10. Распределительная логистика	2,5	1	1,5	–	–	16	Устный опрос, решение задач, реферат
11. Логистика складирования	2	1	1	–	–	16	Устный опрос, решение задач, реферат
12. Управление товарными запасами в маркетинговой логистике	2	1	1	–	–	12	Устный опрос, решение задач, реферат
13. Транспортная логистика	2,5	1	1,5	–	–	12	Устный опрос, решение задач, реферат
14. Сервис в маркетинговой логистике	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, реферат
15. Информационная и финансовая логистика	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, реферат
16. Международная логистика	1	0,5	0,5	–	–	8	Устный опрос, реферат
<b>Всего</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>176</b>	<b>Экзамен</b>

## IV. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ



### 4.1 Литература

#### *Основная*

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – Минск : БГЭУ, 2020. – 541 с.
2. Дурович, А. П. Теория маркетинга : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск : РИВШ, 2023. – 580 с.
3. Зорина, Т. Г. Международная логистика. Практикум : учебное пособие / Т. Г. Зорина, С. В. Дирко. – Минск : БГЭУ, 2018. – 290 с. (3)
4. Логистика и управление цепями поставок : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Логистика" / О. В. Ерчак [и др.] ; ред.: И. И. Полещук, О. В. Ерчак. – Минск : БГЭУ, 2019. – 397 с.
5. Лукинский, В. С. Логистика и управление цепями поставок : учебник и практикум / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н. Г. Плетнева ; Высшая школа экономики. – М. : Юрайт, 2018. – 359 с.
6. Минина, Н. Н. Логистика. Практикум : учебно-методическое пособие / Н. Н. Минина. – Горки : [б. и.], 2024. – 212 с.

#### *Дополнительная*

1. Акулич, И. Л. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие / И. Л. Акулич. – Минск : БГЭУ, 2017. – 383 с.
2. Антошкина, А.В. Практикум по логистике: учеб, пособие / А.В. Антошкина, Е.М. Вершкова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 130 с.
3. Антюшеня, Д.М. Транспортно-логистическая система Республики Беларусь: становление и развитие / Д.М. Антюшеня. – Минск : БИТУ, 2016. – 222 с.
7. Афанасенко, И. Д. Логистика снабжения : учебник / И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. – 3-е изд. – СПб. ; М. ; Екатеринбург : Питер, 2018. – 381 с.
4. Гайдаенко, А.А. Логистика: учеб, для вузов / А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко. – М.: КноРус, 2011 – 268 с.
5. Горчелс, Л. Управление каналами дистрибуции / пер. с англ.; Линда Горчелс, Эль Мариен, ЧакУэст. – М. : ИД Гребенникова, 2005. – 223 с.
6. Григорьев, М. Н. Коммерческая логистика: теория и практика : учебник / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров; – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2016. – 490 с.
7. Григорьев, М.Н. Логистика. Базовый курс: учебник / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М.: Юрайт, 2011. – 782 с.

8. Григорьев, М.Н. Логистика. Продвинутый курс: учебник для магистров / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров. – М.: ООО «Издательство Юрайт», 2014. – 734 с.
9. Дроздов, П. А. Основы логистики в АПК : учебник / П. А. Дроздов. – 2-е изд. – Минск : Издательство Гревцова, 2013. – 287 с.
10. Формирование эффективной системы сбыта сельскохозяйственной продукции / З. М. Ильина [и др.] ; Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси. – Минск : [б. и.], 2013. – 185 с.
11. Ивуть, Р.Б. Транспортная логистика: учеб.-метод. пособие / Р.Б. Ивуть, Т.Р. Кисель; Мин-во образования Респ. Беларусь, Белорус, нац. технич. ун-т. – Минск: БИТУ, 2012. – 377 с.
12. Курочкин, Д.В. Логистика: курс лекций / Д.В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.
13. Лавриков, И. Н. Транспортная логистика : учебное пособие / И. Н. Лавриков, Н. В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2016. – 92 с.
14. Левкин, Г. Г. Основы логистики : учебник / Г. Г. Левкин, А. М. Попович. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 387 с.
15. Логистика промышленного предприятия : учебное пособие / П.П. Крылатков, Е.Ю. Кузнецова, Г.Г. Кожушко, Т.А. Минеева. – Екатеринбург : Изд-во Урал, ун-та, 2016. – 176 с.
16. Неруш, Ю. М. Проектирование логических систем : учебник и практикум / Ю. М. Неруш, С. А. Панов, А. Ю. Неруш. – М. : Юрайт, 2015. – 422 с.
17. Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учеб. пособие / В. Э. Новиков. – М. : Юрайт, 2015. – 184 с.
18. Просветов, Г. И. Математические методы в логистике: задачи и решения : учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. – 3-е изд., доп. – М. : Альфа-Пресс, 2014. – 304 с.
19. Розина, Т. М. Распределительная логистика : учебное пособие / Т. М. Розина. – Минск : Вышэйшая школа, 2012. – 319 с.
20. Рудаков, М. Ф. Логистика : учебно-методическое пособие / М. Ф. Рудаков, Н. Н. Минина. – Горки : [б. и.], 2017. – 442 с.
21. Черникова, С. А. Основы логистики : учебное пособие / С. А. Черникова. – Пермь : ИПЦ Прокрость, 2018. – 240 с.
22. Ярцев, А. И. Распределение товаров : учебное пособие / А. И. Ярцев. – Минск : БГЭУ, 2002. – 195 с.

#### **4.2 Методы (технологии обучения)**

Основными методами (технологиями) обучения, отвечающими целям изучения учебной дисциплины являются:

- элементы проблемного обучения (проблемное изложение,

вариативное изложение, частично поисковый метод), реализуемые на лекционных занятиях;

- элементы учебно-воспитательной деятельности; применение творческого подхода, реализуемого на практических занятиях и при самостоятельной работе;

- проектные технологии, используемые при выполнении индивидуальных заданий на практических занятиях, а также при самостоятельной работе.

#### **4.3 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов**

При изучении учебной дисциплины основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;

- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;

- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;

- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, коллоквиумы, контрольные работы и т.п.);

- подготовка к экзамену.

#### **Диагностика компетенций студента**

Оценка учебных достижений студента на экзамене производится по десятибалльной шкале. Оценка промежуточных учебных достижений студентов осуществляется с использованием блочно-модульной системы по десятибалльной шкале оценок.

- для оценки достижений студентов используется следующий диагностический инструментарий:

- проведение текущих контрольных опросов по отдельным темам;

- сдача модулей и блоков в соответствии с требованиями и методикой блочно-модульной системой обучения;

- вступление студента по подготовленному реферату;



- защита выполненных на практических занятиях индивидуальных заданий;

- сдача экзамена по учебной дисциплине.

### Примерная тематика практических занятий

1. Дистрибуция товаров как составляющая маркетинга
2. Система дистрибуции на предприятиях АПК
3. Государственное регулирование распределения товаров
4. Построение логистических систем управления товарными потоками
5. Основные концепции управления процессами распределения
6. Выбор системы дистрибуции для внедрения на предприятии
7. Классификация и основные характеристики каналов распределения
8. Выбор канала распределения
9. Сущность и функции оптовой торговли
10. Виды оптовых посредников
11. Сущность и функции розничной торговли
12. Классификация предприятий розничной торговли
13. Транспортный комплекс Республики Беларусь: состояние и развитие
14. Выбор варианта транспортного обслуживания
15. Основные роли маркетинговой логистики
16. Этапы становления и развития логистики
17. Факторы и тенденции развития логистики
18. Понятие и структура логистической системы
19. Механизм построения логистической системы предприятия
20. Расчет уровня логистического обслуживания
21. Определение общего объема входящего материального потока
22. Определение параметров партий поставок
23. Оценка поставщиков. Принятие решения по выбору поставщиков
24. Сущность и содержание производственной логистики
25. Выбор варианта технологического процесса производства продукции
26. Система управления запасами: с фиксированным размером заказа, с фиксированным интервалом времени между заказами, система «минимум-максимум»
  27. Определение убытков от нехватки запасов
  28. Расчет затрат на хранение запасов
  29. Определение места расположения склада на обслуживаемой территории
  30. Определение размера склада
  31. Размещение товаров на складе
  32. Информационное обеспечение логистической системы
  33. Управление информационной системой с обратной связью в логистической системе
  34. Реализация логистического подхода в информационных системах
  35. Финансовые ресурсы предприятия как основной инструмент финансовой логистики
  36. Расчет потерь от иммобилизации средств в запасах.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«КАНАЛЫ ДИСТРИБЬЮЦИИ И МАРКЕТИНГОВАЯ ЛОГИСТИКА»**

№ п.п.	Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу
1	Теория маркетинга	Маркетинга	Предложения нет 	
2	Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе	Агробизнеса	предложений нет 	

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО**  
на \_\_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
маркетинга (протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ )

Заведующий кафедрой,  
к.э.н., доцент

В.Н. Редько

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета бизнеса и права,  
к.ист.н., доцент

Н.А. Глушакова