

УДК 339.187(06)
ББК 65.291.592я7 И38

Маркетинговая логистика: теория и практика. Учебное пособие/ Идрисов Ш.А., Абдуллаев Н.А., Нажмутдинова С.А. – Махачкала: Издательство «Апробация», 2018 г. – 286 с.

ISBN 978-5-6040883-0-2

В учебном пособии представлены основные темы касательно маркетинговой логистики оптимального продвижения товарно-материальных ценностей по каналам распределения, способов транспортировки и складирования, установления цен и повышения эффективности информационных систем в продвижении и сбыте.

Пособие предназначено для реализации образовательной программы магистратуры (080200.68) по направлению 38.04.02 – Менеджмент; бакалавриата по направлению 38.03.02 - "Менеджмент", бакалавриата по направлению 100700.62 и 38.03.06. - "Торговое дело". Таким образом, учебное пособие может быть полезным и для студентов, обучающихся по программе подготовки бакалавров: «логистика», «коммерция», «маркетинг», «менеджмент».

Книга может быть полезной для преподавателей и аспирантов, а также для тех, кто получает дополнительное высшее образование, для специалистов - практиков в области коммерции, маркетинга, логистики, управления складским, транспортным и торговым бизнесом.

ISBN 978-5-6040883-0-2



УДК 339.187(06)
ББК 65.291.592я7 И38

© Идрисов Ш.А., Абдуллаев Н.А.,
Нажмутдинова С.А., 2018 г.

© Оформление, ООО «Апробация», 2018

Оглавление

Введение.....	6
Глава 1. Теоретико-методологические основы маркетинговой логистики	9
1.1. Исторические основы появления маркетинговой логистики.....	9
1.2. Методическая и органическая взаимосвязь логистики и маркетинга	15
1.3. Цели и задачи маркетинговой логистики.	28
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 1:</i>	32
<i>Тесты к теме 1</i>	33
Глава 2. Стратегии и основные показатели маркетинговой логистики	35
2.1. Стратегии маркетинговой логистики.....	35
2.2. Основные показатели маркетинговой логистики.....	39
2.3. Концепции повышения эффективности работы в логистических системах.....	53
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 2:</i>	58
<i>Тесты к теме 2</i>	58
Глава 3. Моделирование в системе маркетинговой логистики	61
3.1. Выбор логистических каналов распределения и продвижения	61
3.2. Принципы логистического моделирования сбыта.....	63
3.3. Основные логистические модели: снабженческие, производственные и сбыта готовой продукции	68
3.4. Интеграция маркетинга в логистические модели	80
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 3:</i>	86
<i>Тесты к теме 3</i>	87
Глава 4. Маркетинг менеджмент в логистических системах торговли.....	89

4.1. Логистика торговли и коммерческого посредничества.....	89
4.2. Организация торговой логистики	93
4.3. Сквозная или интегрированная маркетинговая логистика торговли	100
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 4</i>	109
<i>Тесты к теме 4</i>	110
Глава 5. Система складирования и переработки продукции как объект маркетинговой логистики	113
5.1. Функции складов и их виды	113
5.2. Показатели эффективной работы логистики складского хозяйства	118
5.3. Технологическое оборудование современных складов.....	124
5.4. Принципы размещения распределительных складов, как условие эффективного обслуживания территорий	131
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 5</i>	138
<i>Тесты темы 5</i>	139
Глава 6. Товар в концепции распределительной логистики	142
6.1. Место жизненного цикла товара в распределительной логистике и маркетинге	142
6.2. Стратегии распределения по ЖЦТ и элементы логистического анализа ABC	154
6.3. Стратегия распределения в зависимости от характеристик товаров	159
6.4. Упаковка в распределительной логистике	164
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 6</i>	169
<i>Тесты темы 6</i>	170
Глава 7. Транспортная составляющая в маркетинговой логистике.....	173
7.1. Альтернативы транспортировки и показатели выбора вида транспорта.....	173
7.2. Основные критерии выбора предприятия-перевозчика	184

7. 3. Системы организации доставки товаров	191
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 7</i>	196
<i>Тесты темы 7</i>	197
Глава 8. Информация и информационные технологии в маркетинговой логистике	200
8.1. Информационно-коммуникационная техника	200
8.2. Информационные и аналитические центры в развитии маркетинговой логистики.....	207
8.3. Состояние и перспективы развития информационных технологий в логистике транспорта.....	214
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 8</i>	217
<i>Тесты темы 8</i>	217
Глава 9. Маркетинговая логистическая система ценообразование	219
9.1. Установление цен на продукцию	219
9.2. Участие маркетинговой логистики в ценообразовании на товары.....	229
9.3. Учет факторов форс-мажорных ситуаций	232
<i>Вопросы для самоконтроля к теме 9</i>	240
<i>Тесты темы 9</i>	240
Словарь основных терминов	243
Библиографический список	270
Приложения	275

Учебное издание

Шамиль Агаевич Идрисов

Нурмагомед Алигаджиевич Абдуллаев

Саида Абдуллаевна Нажмутдинова

**Маркетинговая логистика: теория и практика.
Учебное пособие**

Рецензенты:

Богомолова И.П., – заслуженный работник высшей школы Российской Федерации доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Управления организации производства и отраслевой экономики», ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет инженерных технологий»;

Гиенко Г.В., – почётный работник высшего профессионального образования РФ, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономики, управления производством и государственного и муниципального управления», Институт экономики и права, ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет».

*Агаева А.Ш., – директор логистической транспортно-экспедиционной компании «ТК ТАМЕРЛАН», г. Борисоглебск, Воронежская область.
Тел.: +7-960-113-47-24, +7-920-466-47-24*

Редактор и компьютерная вёрстка - А.П. Балыбердин

Корректор –

Художественное оформление – Ш.А. Идрисов

Научно-издательский центр «Апробация»
367000, Махачкала, ул. Дзержинского, 17Б, к.84 (Бизнес-центр «Гранд-плаза»)
Тел: 8 (989) 669-15-15

Подписано в печать 12.04.2018. Формат 60×90/16.
Бумага офсетная. Усл. печ. л. 17,875. Тираж 600 экз. Заказ 425