

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление цепями поставок

Авторы:

доцент кафедры маркетинга и рекламы, канд. экон. наук Ю.В. Сяглова

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Цифровая трансформация в бизнесе»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность формирования корпоративной стратегии и программ организационного развития;

План курса:

Тема 1. Понятие и сущность организации поставок.

Организация. Понятие, сущность, принципы. Участники процесса.

Тема 2. Цепи поставок. Методология формирования.

Цепи поставок. Понятие, сущность. Методологический аппарат. Понятие прослеживаемости цепей поставок.

Тема 3. Принципы организации цепей поставок. Прослеживаемость.

Основные принципы организации цепей поставок. Сущность и функции прослеживаемости цепей поставок. Преимущества цепей поставок, организованных по системе наличия прослеживаемости.

Тема 4. Блокчейн как ритейл технология. Области применения.

Блокчейн в ритейле. Характеристика опций применения в ритейле. Принципы блокчейн технологии.

Тема 5. Организация цепей поставок на основе блокчейн. Принципы.

Цепи поставок и блокчейн. Участники цепей поставок на основе блокчейн. Прослеживаемость цепи по блокчейн. Возможности участников цепи поставок. Гарантии участников. Взаимные выгоды для участников цепи поставок.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Управление цепями поставок» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

- при проведении занятий семинарского типа:
эссе, коллоквиум, деловые ситуации;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
вопросы для опроса.

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): зачет в виде письменного ответа на вопросы с разбором типовых ситуаций.

Основная литература

1. Йенс Нордфальт. Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Йенс Нордфальт— Электрон. текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788.html>
2. Трайндл Арндт. Мастерство ритейл-брендинга [Электронный ресурс]/ Трайндл Арндт— Электрон. текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2019.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82711.html>