

АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Совета факультета экономики и
информационной безопасности
Протокол заседания Совета факультета
№ 1 « 28 » августа 2018 г.
И.о. декана факультета экономики и
информационной безопасности

О.В. Шишкина



ОДОБРЕНО

на заседании кафедры экономики и
менеджмента

Протокол заседания кафедры
№ 1 « 28 » августа 2018 г.

Зав. кафедрой экономики и менеджмента

А.Н. Петрова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по учебной дисциплине

Логистика распределения

(наименование)

образовательная
программа

38.03.02 Менеджмент

Логистика и управление цепями поставок

форма обучения

заочная

ПРОГРАММА РАЗРАБОТАНА

доцент, Павлова Я.Ю.,

канд. экон. наук

(должность, Ф. И. О., ученая
степень, звание автора(ов)
программы)

Йошкар-Ола, 2018

Содержание

1. Пояснительная записка.....	3
2. Структура и содержание дисциплины.....	7
3. Оценочные средства и методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации	41
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	50
5. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	52
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	54

1. Пояснительная записка

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов знаний и компетенций в области эффективного управления материальными потоками, и сопутствующими им информационными и прочими потоками в соответствии с потребностями рынка на этапе распределения готовой продукции и сбыта товаров до покупателя и конечного потребителя, а также развитие у студентов навыков обеспечения системной взаимосвязи логистики распределения, логистики производства, складирования и транспортировки и логистики снабжения для сквозного управления материальными потоками.

Место дисциплины в учебном плане:

Предлагаемый курс относится к обязательным дисциплинам вариативной части образовательной программы 38.03.02 Менеджмент. Логистика и управление цепями поставок.

Дисциплина «Логистика распределения» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

продолжает формирование профессиональных компетенций:

владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7) – 5 этап;

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10) – 4 этап;

владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11) – 5 этап.

Этапы формирования компетенций (заочная форма обучения)

Код компетенции	Формулировка компетенции	Учебная дисциплина	Семестр	Этап
ПК-7	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области	Правовое обеспечение логистической деятельности	4	1
		Транспортное право	4	1
		Логистика снабжения и управление запасами	5	2
		Таможенное право	5	2
		Коммерческое право	5	2
		Бизнес-планирование в логистических системах	6	3
		Транспортировка в цепях поставок	7	4
		Логистика распределения	8	5
		Моделирование бизнес-процессов в логистике	8	5
		Интеллектуальные транспортные системы	8	5
		Производственная практика: практика по получению	8	5

	функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		
		Логистика складирования	9	6
		Логистика производства	10	7
		Управление проектами в логистических системах	10	7
		Государственная итоговая аттестация	10	7
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Логистика снабжения и управление запасами	5	1
		Комплексный управленческий анализ финансово-хозяйственной деятельности	6	2
		Транспортировка в цепях поставок	7	3
		Логистика распределения	8	4
		Логистика складирования	9	5
		Логистика производства	10	6
		Производственная практика: преддипломная практика	10	6
		Государственная итоговая аттестация	10	6
ПК-11	владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Microsoft Office (Excel) в профессиональной деятельности	1	1
		Документационное обеспечение управления	2	2
		Учебная практика	6	3
		Транспортировка в цепях поставок	7	4
		Моделирование бизнес-процессов в логистике	8	5
		Интеллектуальные транспортные системы	8	5
		Логистика распределения	8	5
		Логистика складирования	9	6
		Логистика производства	10	7
		Государственная итоговая аттестация	10	7

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ПК-7	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организацию распределения готовой продукции и сбыта товаров до покупателя и конечного потребителя; - основы управления и контроля над бизнес-процессами в области логистики распределения;
------	--

	<p>- возможности применения логистического инструментария в деятельности организации в процессе продвижения товара от производителя к потребителю.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать логистические задачи в процессе реализации продукции на предприятии; - осуществлять контроль над выполнением операций в области логистики распределения в соответствии с заключенными договорами; - координировать деятельность основных участников процесса продвижения товаров в логистической системе распределения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления и контроля над выполнением операций в области логистики распределения в соответствии с заключенными договорами; - навыками координации деятельности основных участников логистического процесса в области распределения материального потока.
ПК-10	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и способы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений в логистике распределения; - основы моделирования в сфере управления логистическими процессами продвижения товара от производителя к потребителю. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений в логистике распределения; - идентифицировать и адаптировать модели применительно к конкретным задачам в области логистики распределения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, связанных с логистикой распределения; - технологиями построения и адаптации экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей для анализа информации о функционировании логистики распределения.
ПК-11	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему внутреннего документооборота деятельности организации в области логистики распределения; - методы анализа управленческой информации о системе внутреннего документооборота в области логистики распределения; - перечень документов, необходимых для осуществления деятельности в области логистики распределения; - структуру организационно-экономических показателей деятельности организации в области логистики распределения; - формирование информационного обеспечения участников в процессе продвижения товара от производителя к потребителю. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать управленческую информацию о функционировании системы внутреннего документооборота в области логистики распределения; - вести базы данных по различным показателям организационного проекта; - идентифицировать документы и формировать информационное обеспечение участников организационных проектов в процессе реализации продукции на предприятии. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации в области логистики распределения; - технологиями формирования информационного обеспечения участников

	организационных проектов в процессе продвижения товара от производителя к потребителю; - методиками анализа управленческой информации; - технологиями создания и ведения баз данных по организационно-экономическим показателям проекта в области логистики распределения.
--	--

Формы текущего контроля успеваемости студентов: устный опрос, доклад/реферат, задачи, тестовые задания.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

2. Структура и содержание дисциплины

Трудоемкость 6 зачетных единиц, 216 часов, из них
заочная форма обучения: 12 лекционных, 18 практических, 177 часа
самостоятельной работы; 9 часов контроля.

2.1. Тематический план учебной дисциплины (заочная форма)

№ п/п раздела	Наименование разделов и тем	Количество часов по учебному плану				
		Всего	Виды учебной работы			
			Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия	
1	2	3	4	5	6	7
Раздел 1. Логистика распределения как одна из функциональных областей логистики						
1	Цели и задачи логистики распределения, место логистики распределения в логистической системе.	21	2	2	-	17
2	Взаимодействие смежных отделов в системе распределения.	21	2	2	-	17
3	Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения.	21	2	2	-	17
Раздел 2. Структура сети распределения.						
4	Логистическая сеть распределения: принципы формирования.	21	2	2	-	17
5	Оптовая торговля в сети распределения.	21	2	2	-	17
6	Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения.	21	2	2	-	17
7	Логистические посредники в сети распределения	19	-	2	-	17
Раздел 3. Основные функции логистики распределения.						
8	Функции логистики распределения.	19	-	2	-	17
9	Логистический сервис в сети распределения.	19	-	2	-	17
10	Логистика возвратных потоков.	24	-	-	-	24
	Контроль	9				
	Итого по дисциплине	216	12	18	-	177

2.2. Тематический план лекций:

№ п/п раздела	Наименование разделов и тем	Количество часов
1	2	3
1	Цели и задачи логистики распределения, место логистики распределения в логистической системе.	2
2	Взаимодействие смежных отделов в системе распределения.	2
3	Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения.	2
4	Логистическая сеть распределения: принципы формирования.	2
5	Оптовая торговля в сети распределения.	2
6	Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения.	2
7	Логистические посредники в сети распределения	-
8	Функции логистики распределения.	-
9	Логистический сервис в сети распределения.	-
10	Логистика возвратных потоков.	-
	Итого по дисциплине	12

Содержание лекционных занятий

Тема 1 Цели и задачи логистики распределения, ее место в логистической системе

План:

1. Место логистики распределения в интегрированной логистической системе. Ее задачи, цели, принципы функционирования.
2. Распределение и сбыт товара в функциональном цикле логистики.
3. Основные функции и задачи логистики распределения, ее место в логистической системе.
4. Перечень документов, необходимых для осуществления деятельности в области логистики распределения;

Тема 2 Взаимодействие смежных отделов в системе распределения

План:

1. Основные задачи коммерческой и логистической деятельности при сбыте и распределении продукции.
2. Задачи службы маркетинга и продаж при осуществлении сбытовой деятельности. Взаимодействие смежных отделов в системе распределения.
3. Области взаимодействия логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения. Основные области взаимодействия смежных отделов.

Тема 3 Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения

План:

1. Основные области взаимодействия логистики и маркетинга. Классический подход к взаимодействию логистики и маркетинга: логистика как основной инструмент

маркетинга при реализации своих стратегий.

2. Влияние современной концепции «управления клиентами» на усиление взаимодействий между логистикой и маркетингом. Укрепление союза между логистикой и маркетингом при переходе к процессному управлению.

3. Виды и задачи каналов распределения и логистической сети распределения.

Тема 4 Логистическая сеть распределения: принципы формирования

План:

1. Роль логистики распределения в сбытовой стратегии фирмы. Каналы распределения как составная часть логистической системы распределения. Задачи и функции логистической системы распределения.

2. Структура сети распределения. Зависимость структуры сети распределения от стратегии фирмы, ее специализации и ситуации на рынке.

3. Основные факторы, влияющие на изменение стратегии распределения. Основные правила, принципы формирования сети распределения.

4. Участники продвижения товаров в логистической системе распределения, их роль и задачи: производители, конечные потребители и посредники.

5. Логистический инструментарий в деятельности организации в процессе продвижения товара от производителя к потребителю.

Тема 5 Оптовая торговля в сети распределения

План:

1. Оптовые предприятия: их функции, задачи и классификация в логистике распределения.

2. Современный рынок услуг оптовых предприятий и перспективы их развития.

Тема 6 Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения

План:

1. Розничная сеть, основные функции и место в логистической системе. Розничная сеть как конечный потребитель логистической системы распределения. Ее роль и задачи в сети распределения.

2. Типизация предприятий розничной сети. Сетевая розница – как современное направление в развитии розничной сети. Особенности ее функционирования на российском рынке, основные тенденции развития розничной сети. Изменения в сети распределения при появлении предприятий сетевой розницы

3. Эволюция развития взаимоотношений между поставщиком и розницей: краткосрочные контракты, укрепление связей, долгосрочные контракты, стратегическое партнерство.

2.3. Тематический план практических (семинарских) занятий

№ п/п раздела	Наименование разделов и тем	Количество часов
1	2	3
1	Цели и задачи логистики распределения, место логистики распределения в логистической системе.	2
2	Взаимодействие смежных отделов в системе распределения.	2
3	Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения.	2
4	Логистическая сеть распределения: принципы формирования.	2
5	Оптовая торговля в сети распределения.	2
6	Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения.	2
7	Логистические посредники в сети распределения	2
8	Функции логистики распределения.	2
9	Логистический сервис в сети распределения.	2
10	Логистика возвратных потоков.	-
	Итого по дисциплине	18

Семинарские занятия по темам

Тема 1 Цели и задачи логистики распределения, ее место в логистической системе.

План:

1. Особенности функционала для логистики распределения.
2. Основные проблемы логистики распределения.
3. Взаимосвязь логистики распределения, логистики производства, складирования и транспортировки и логистики снабжения для сквозного управления материальными потоками.
4. Организация распределения готовой продукции и сбыта товаров до покупателя и конечного потребителя.
5. Методы анализа управленческой информации о системе внутреннего документооборота в области логистики распределения.

Задача:

Метод выбора варианта сбытовой системы по минимуму приведенных годовых затрат. Выберите для внедрения систему распределения из двух предлагаемых, если для каждой из систем известны:

- годовые эксплуатационные затраты (Э) – 1) 7040 у.е./год, 2) 3420 у.е./год;
- годовые транспортные затраты (Т) – 1) 4488 у.е./год, 2) 5520 у.е./год;
- капитальные вложения в строительство распределительных центров (К) 1) 32534 у.е., 2) 42810 у.е.;
- срок окупаемости системы (С) – 1) 7,3 года, 2) 7,4 года.

Для того чтобы из двух предлагаемых вариантов системы распределения выбрать один, установим критерий выбора – это минимум приведенных годовых затрат, то есть

затрат, приведенных к единому годовому измерению. Затем оценим по этому критерию каждый из вариантов и осуществим выбор наиболее эффективной сбытовой системы, имеющей минимальное значение приведенных годовых затрат.

Приведенные затраты (Z) вычисляются по формуле:

$$Z = \Xi + T + K/C. \quad (7.1)$$

Для указанных исходных данных получим:

$$Z_1 = 7040 + 4480 + 32534/7,3 = 15976,71 \text{ у.е./год.}$$

$$Z_2 = 3420 + 5520 + 42810/7,4 = 14725,14 \text{ у.е./год.}$$

Следовательно, для внедрения выбираем вторую систему распределения, так как Z_2 меньше Z_1 .

Тема 2 Взаимодействие смежных отделов в системе распределения.

План:

1. Задачи логистики распределения, решение которых вызывает конфликты. Основные предметы конфликтов в логистике распределения на разных уровнях принятия решений.
2. Локальные цели отделов компании при решении задач логистики распределения.
3. Роль логистики при организации координации внутри компании.
4. Межфункциональная и межорганизационная координация в логистике распределения. Методы достижения межфункциональной и межорганизационной координации.

Задача

В одной компании по продаже прохладительных напитков маркетологи придумали замечательную акцию: «Принести пять крышечек – получишь баночку». При этом было запланировано трехкратное увеличение объемов продажи продукта. После разработки акции была проведена активная реклама в СМИ. С этого момента началось ожидание реакции потребителей и был дан старт подсчету эффектов. Но отдел логистики не был предупрежден о начале данной акции. Какие последствия этой акции могут быть? Почему?

Тема 3 Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения

План:

1. Сбытовая система как основа формирования структуры каналов распределения. Сбытовые системы, их достоинства и недостатки.
2. Каналы распределения: коммерческая и логистическая составляющие каналов распределения, уровень каналов распределения, факторы, влияющие на их выбор, участники каналов.
3. Логистическая сеть распределения. Процедура построения сети распределения.

Задача

Задание: Предприятие «Сады Придонья» является производителем соков. Производственный участок и головной офис находятся в Краснодаре, там же расположен собственный внешний склад готовой продукции. Фирма не имеет собственной торговой сети и работает через официальных дистрибьютеров и дилеров. За последние 2 года предприятие зафиксировало рост прибыли на 27%. Успешность компании подтверждается также активными рекламными программами. В преддверии новогодних праздников отдел маркетинга получил очередное задание: разработать и реализовать рекламную акцию. В этот раз маркетологи предложили следующее: за покупку двух литровых пакетов сока

полагается подарок – стакан с фирменным логотипом. При этом на 2 пакета и стакан предлагалась одна ярко раскрашенная картонная упаковка (т.е. потребительская упаковка). Необходимо продумать выгодно ли это предложение компании с точки зрения маркетинга и с точки зрения логистики? Почему?

Тема 4 Логистическая сеть распределения: принципы формирования

План:

1. Взаимодействие участников логистической системы распределения в формировании и управлении логистической сетью распределения.
2. Рыночные взаимоотношения между посредниками сети распределения: кооперация, конфликты, конкуренция, интеграция, координация, коммуникация, лидерство, контроль.
3. Три основных типа систем распределения: корпоративная, вертикальная и договорная системы.

Задача

Две фирмы производят лечебно-профилактическую пасту. Готовую продукцию продают исключительно в аптеках, тем самым гарантируя покупателям качество своей продукции, подтверждая, что это действительно лечебная зубная паста. Планируя сбыт на последующий период, первая фирма остается верна своим традиционным каналам (Зачем что-то менять, если и так все хорошо?!). В это время вторая фирма решает сделать резкий рывок вперед и привлечь гораздо больше покупателей, нежели сегодня приходит в аптеки. Эта фирма для распространения своей продукции привлекает посредников – известные розничные сети. Таким образом, количество точек соприкосновения с конечным потребителем многократно увеличивается, качество товара не страдает, а то, что она стала продаваться не только в аптеках, так на это есть свой ответ – зубная паста не только лечебная, но и профилактическая, так почему и бы и нет?

Объясните, верны или не верны ли действия службы сбыта? Почему?

К каким товарам тактика такого сбыта может подойти, а к каким нет? Почему?

Тема 5 Оптовая торговля в сети распределения

План:

1. Основные направления развития оптовых компаний при выживании на современном рынке.
2. Эволюция опта в Российской Федерации: основные этапы, их особенности, функции оптовой торговли, перспективы развития.
3. Основные стратегии, реализуемые предприятиями оптовой торговли.

Задача

На кондитерской фабрике «Красный Октябрь», когда летом 2002 г. контроль над ней получил «Госинкор-холдинг», руководство приступило к реструктуризации. В системе распределения царил хаос. До 50% продаж приходилось на бартер – в основном по взаимозачетам с поставщиками сырья. Отсрочка платежа, отгрузка без оплаты дочерним компаниям «Красного Октября» - все это было в порядке вещей. Отсутствовал контроль за ценообразованием дилеров. Перед новым руководством стояла задача не только взять управление системой распределения в свои руки, но и сделать это оперативно – до наступления пикового спроса на шоколадную продукцию (предновогодний период). На разработку плана преобразований ушло два месяца, по истечении которых был наложен строгий запрет на бартерные сделки и введено общее для всех условие расчетов по стопроцентной предоплате. Вслед за этим было объяснено о новых правилах работы с дилерами. Фабрика отказалась работать с фирмами, закупавшими менее 50 тонн ее продукции, потребовала от торговых посредников наличия

собственных складов, четкого позиционирования на рынке, «бело» бухгалтерии и полной информационной открытости для поставщика.

Дополнительным условием стала подача дилером ассортиментной заявки минимум на три месяца, чтобы можно было уверенно верстать производственный план. Максимальная скидка (10%) оставалась прежней, но теперь получить ее могла лишь фирма, закупающая 100 тонн продукции в месяц. В результате из более чем 600 дилеров у «Красного Октября» на тот момент остались лишь 35.

Как вы считаете, на сколько эффективно отказываться от наработанных связей, сокращая количество партнеров в десятки раз? Смогут ли эти партнеры обеспечивать стопроцентный сбыт готовой продукции производителя?

Что лучше: привлечь как можно больше посредников или придерживаться эксклюзивной политики сбыта?

Тема 6 Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения

План:

1. Современные форматы предприятий розничной сети. Характеристика различных форматов магазинов. Основные формы продаж: магазинные и внемагазинные.
2. Распределение логистических затрат на предприятиях розничной сети. Особенности функционирования логистической цепи.
3. Особенности управления логистической системой в зависимости от формы продаж.
4. Создание «ценности товаров и услуг» для розничной сети .

Задача

Российская сетевая розница молода. Ей чуть более 15 лет. Тем не менее крупные ритейлеры (торговые розничные сети) быстро научились работать с производителями и диктовать им достаточно жесткие условия игры. В первое время российские сетевые пытались «строить» отечественных и даже западных производителей. Они попросту «выщелкивали» с полок своих магазинов продукцию тех производителей, которые отказывались идти на поводу. Однако тактика «выщелкивания» в условиях отсутствия собственных производственных активов чревата пустыми полками или чехардой в ассортименте. Особенно рискованна была такая тактика в городах-миллионниках, жители которых ориентируются на бренды (например, конфликт «Перекрестка» и «Вимм-Билль-Данн»). Сегодня время «выщелкивания» прошло. Сети диктуют наличие известных брендов как обязательное условие ассортиментной политики. Поэтому отношения между производителями и отечественными сетевиками изменилось в лучшую сторону. Важным аспектом деятельности сегодняшних сетей и производителей продукции становится партнерство. Производители и сети составляют совместные бизнес-планы, подписывают инвестиционные договоры, где каждая из сторон дает определенные гарантии и несет ответственность за их выполнение. Так как цель у них одна – как можно больше продать.

Назовите преимущества сетевой розницы?

Какие условия может предложить ваша фирма для того, чтобы продаваться в сетевой рознице? Выгодно ли вашей фирме будет продаваться через сетевые магазины? Или выгоднее создавать свои розничные небольшие сети или магазины? Почему?

Тема 7 Логистические посредники в сети распределения

План:

1. Аутсорсинг логистических услуг. Основные виды логистических посредников на современном рынке: логистические посредники изолированных услуг, логистические операторы, провайдеры услуг (3PL, 4PL,)
2. Особенности функционирования логистических посредников. Выбор

посредников в логистике распределения.

3. Основные методы оценки логистических посредников.

4. Факторы, влияющие на выбор логистических посредников в системе распределения. Основные критерии оценки при выборе посредников.

Задача

Международные поставки грузов регулируются базисными условиями поставок, которые подразделяют на 4 группы: E, F, C, D. По мере перехода от условий E к условиям D управление процессом поставки переходит от покупателя к продавцу. Так, если при поставках EXW продавец обязан лишь предоставить товар покупателю на своих складах, то при поставках согласно условию DDP продавец выполняет все таможенные формальности по вывозу из страны экспорта и ввозу в страну импорта, нанимает перевозчиков, страхует товар и принимает на себя все риски, связанные с продвижением товара.

Изучить базисные условия поставок (см. приложение к заданию) и заполнить таблицу взаимосвязи закупочной и распределительной логистики в процессе международных поставок грузов.

В первом столбце таблицы базисные условия поставок выстроены в порядке возрастания ответственности продавца за продвижение товаров. В заголовках граф перечислены наиболее существенные функции продвижения. Изучив каждое условие, следует определить, кто выполняет данную функцию — продавец или покупатель. Если функцию выполняет продавец, то в соответствующей ячейке записывается буква “P” (распределительная логистика), если покупатель — буква “З” (закупочная логистика).

Взаимосвязь закупочной и распределительной логистики, выраженная в терминах базисных условий поставки

Тема 8 Функции логистики распределения

План:

1. Управление обслуживанием клиентов (оказание логистического сервиса): разработка политики обслуживания клиентов, анализ результатов обслуживания клиентов, контроль и мониторинг показателей оценки, меры регулирования для достижения запланированных показателей.

Задача

Крупнейший отечественный производитель грузовых автомобилей «КамАЗ» поставил в Польшу партию своих машин. Поляки немедленно перепродали их в Южную Корею по цене, вдвое превышающей ту, которую запросил «КамАЗ». Южная Корея после небольшой косметической доводки грузовиков перепродала их в Латинскую Америку по стоимости в полтора раза выше польской. В итоге «КамАЗ» из-за неверно выбора посредника недосчитался как минимум $\frac{3}{4}$ своей прибыли.

Как вы считаете, какие причины неверного выбора посредника на заводе? Какие схемы продаж вы можете предложить на продвижения автомобиля?

Тема 9 Логистический сервис в сети распределения

План:

1. Концепция «ценности для клиента». Влияние логистики на повышение преимуществ от приобретения товаров и услуг и сокращения затрат.

2. Потребительская ценность для клиента. Общая процедура управления предоставлением логистического сервиса клиентам.

Задача

В 1980-е гг. по заказу Национальной французской компании железных дорог были спроектированы вагоны «Корай». Для обслуживания вагонов использовались местные ремонтные мастерские, что позволяло прибегать к гибкому графику ремонта по целому ряду операций, которые ранее выполнялись исключительно в центральных депо и требовали более длительного простоя вагонов. Эти результаты были получены благодаря тому, что с самого начала разработки изделия учитывались как повышенные требования со стороны сбыта (конкурентоспособный уровень услуги), так и жесткие требования по обеспечению его работы (поддержание высокого уровня качества услуги). Разработчики ориентировались не только на величину продажной цены, но и соотношение расходов по эксплуатации и доходов от ее в течение всего предполагаемого срока службы вагонов.

Какие параметры качества логистического сервиса имеются в данном примере?

Какая из форма логистического обслуживания используется в данном примере?

Тестовые задания

Вариант 1

1 Логистика распределения – это:

- процесс, реализуемый организационной единицей, которая, будучи частью интегрированной цепи поставок, отвечает за приобретение всех материалов и услуг требуемого качества в необходимом количестве, в нужное время по наименьшей общей стоимости с сохранением должного уровня сервиса и за управление поставщиками, на основе чего организация получает конкурентное преимущество и реализует корпоративную стратегию

- одна из функциональных подсистем интегрированной логистики, включает вопросы организации и управления движением материальных ресурсов непосредственно между стадиями производственного процесса, включая подачу сырья и материалов на рабочие места

+ область научных исследований системной интеграции функций, реализуемых в процессе распределения материального и сопутствующих ему потоков (информационного, финансового, сервисного, трудового) между различными потребителями, т.е. в процессе реализации товаров

- комплекс взаимосвязанных функций, реализуемых в процессе переработки материального потока на территории складского хозяйства

- процесс планирования, исполнения и контроля (с целью снижения затрат и полного удовлетворения требований клиентов) материального потока (потока материальных ресурсов, незавершенного производства, готовой продукции), а также связанных с ним информационного, сервисного и финансового потоков от точки их зарождения до точки конечного потребления (включая импорт, экспорт, внутренние и внешние перемещения)

2 Основной целью логистики распределения является:

- обеспечение доставки нужных товаров в нужное место, в нужное время, в определенном количестве, в определенном качестве, с оптимальными затратами

- обеспечение доставки нужных товаров в нужное место, в нужное время, в определенном количестве

+ обеспечение доставки нужных товаров в нужное место, в нужное время, в определенном количестве, в определенном качестве, с оптимальными затратами, нужному покупателю

- обеспечение доставки нужных товаров в нужное место, в нужное время, в определенном количестве, с оптимальными затратами, нужному покупателю

3 Логистический процесс продвижения продукции от производителя до конечного потребителя – это:

- логистика распределения

+ распределение продукции

- дистрибуция

- сбыт

4 Комплексная логистическая активность, заключающаяся в продвижении готовой продукции от производителей к конечным (или промежуточным) потребителям, организации продаж, предпродажного и послепродажного сервиса – это:

- логистика распределения

- распределение продукции

+ дистрибуция

- сбыт

5 Начальная стадия процесса выхода товара в сферу использования; реализация продукции, купля-продажа

- логистика распределения

- распределение продукции

- физическое распределение

+ сбыт

6 Комплексная логистическая активность, составная часть процесса дистрибуции, включающая в себя все логистические операции, связанные с физическим перемещением и хранением готовой продукции в товаропроводящих структурах производителей или логистических посредников – это:

- логистика распределения

- распределение продукции

- + физическое распределение
- сбыт

7 Предметом изучения логистики распределения является:

- организация и управление комплексом трудовых и естественных процессов, направленных на изготовление продукции необходимого назначения, в определенном количестве и качестве и в заданные сроки
- + организация и управление рациональным процессом продвижения материального потока в виде готовой продукции от производителя к конечному потребителю
- организация хозяйствующих субъектов, располагающихся на товарном полигоне товарного обслуживания, находящихся в определенных отношениях и связях между собой, имеющих развитые коммуникации, обеспечивающих эффективное взаимодействие между поставщиками, перевозчиками и потребителями товарной продукции и услуг в соответствии с их потребностями и платежеспособностью
- организация материального потока экономически целесообразным способом, начиная с момента его возникновения, дальнейшего продвижения через производство в сферу обращения и потребления вплоть до конечного потребления и утилизации, соединяя при этом вместе взаимодействующие звенья логистической цепи и создавая ценность такого взаимодействия для конечного потребителя

8 Объектом изучения логистики распределения является:

- товарно-распределительные сети
- + материальный и сопутствующие ему (генерируемые им) информационный, финансовый, сервисный и трудовой потоки
- товарно-материальные ценности в процессе их складирования, грузопереработки и упаковки
- организации производства, дистрибьюции, розничных сетей
- цена, продукты, спрос в процессе распределения

9 К задачам логистики распределения НЕ относят:

- выбор каналов и схемы распределения материальных потоков
- определение места расположения и количества распределительных центров на обслуживаемой территории
- + планирование производственных процессов
- + организация хранения запасов на складе
- перспективное, текущее и оперативное планирование процесса реализации

10 Принципы логистики распределения:

- координации
- интеграции
- адаптации
- системности
- комплексности
- рациональности
- + все ответы верны

Вариант 2

1. Субъектами логистики распределения на микроуровне являются:

- + отдел логистики
- сбытовые организации
- + склады
- страховые компании

+транспортный отдел

2. Субъектами логистики распределения на макроуровне являются:

- + распределительные центры и склады
- + торговые организации
- отдел сбыта
- + транспортные организации
- финансовый отдел

3. К основным функциям логистики распределения относятся:

- производство, сбыт, хранение
- +сбыт, хранение, транспортирование
- сбыт, хранение
- производство, сбыт, хранение, транспортирование, продажа
- сбыт, хранение, транспортирование, продажа

4. К основным функциям логистики распределения на микроуровне можно отнести:

- + организация получения и обработки заказов
- построение организационной структуры распределительных каналов сети
- + планирование процесса реализации
- дислокация дистрибутивных центров и других звеньев в распределительных каналах
- + выбор упаковки продукции, ее комплектация и консервирование
- транспортировка готовой продукции, возвратной тары и отходов

5. К основным функциям логистики распределения на макроуровне можно отнести:

- организация получения и обработки заказов
- + построение организационной структуры распределительных каналов сети
- планирование процесса реализации
- + дислокация дистрибутивных центров и других звеньев в распределительных каналах
- выбор упаковки продукции, ее комплектация и консервирование
- + транспортировка готовой продукции, возвратной тары и отходов

6. К основным функциям логистики распределения на микроуровне можно отнести:

- + организация отгрузки продукции
- складирование, хранение и грузопереработка готовой продукции в складской системе
- + контроль за транспортировкой к месту потребления и доставка продукции потребителю
- управление запасами, консолидация и рассредоточение товаров
- + учет движения готовой продукции на складах

7. К основным функциям логистики распределения на макроуровне можно отнести:

- организация отгрузки продукции
- + складирование, хранение и грузопереработка готовой продукции в складской системе

- контроль за транспортировкой к месту потребления и доставка продукции потребителю
- + управление запасами, консолидация и расщепление товаров
- учет движения готовой продукции на складах
- + обеспечение сохранности и защиты товаров

8. К обеспечивающим функциям логистики распределения относятся:

- + стандартизация
- хранение
- + финансирование
- + страхование рисков
- сбыт

9. Для логистики как концепции управления характерно:

- концепция, ориентированная на спрос
- + концепция, ориентированная на материальные и информационные потоки
- + эмпирическая природа происхождения
- + инструмент маркетинга при продажах и продвижении товаров и услуг
- инструмент реализации логистической стратегии и тактики
- формирование спроса
- + реализация спроса

10. Для маркетинга как концепции управления характерно:

- + концепция, ориентированная на спрос
- концепция, ориентированная на материальные и информационные потоки
- + эмпирическая природа происхождения
- инструмент маркетинга при продажах и продвижении товаров и услуг
- + инструмент реализации логистической стратегии и тактики
- + формирование спроса
- реализация спроса

Вариант 3

1. Логистическая система распределения – это:

- совокупность хозяйствующих субъектов, располагающихся на товарном полигоне товарного обслуживания, находящихся в определенных отношениях и связях между собой, имеющих развитые коммуникации, обеспечивающих эффективное взаимодействие между поставщиками, перевозчиками и потребителями товарной продукции и услуг в соответствии с их потребностями и платежеспособностью

+ совокупность звеньев цепи поставок различных товаров производителя или торгового посредника к конечным потребителям, интегрированных единым процессом управления товародвижением, логистической инфраструктурой и ресурсами, а также обеспечивающих высокую степень удовлетворенности покупателя и экономию логистических издержек

- процесс планирования, исполнения и контроля с целью снижения затрат и полного удовлетворения требования клиентов материального потока, а также связанных с ним информационного, сервисного, финансового и трудового потоков от точки их зарождения до точки конечного потребления

- организация, планирование, контроль и координация материального потока экономически целесообразным способом начиная с момента его возникновения, дальнейшего продвижения через производство в сферу обращения и потребления вплоть до конечного потребления и утилизации, соединяя при этом вместе взаимодействующие

звенья логистической цепи и создавая ценность такого взаимодействия для конечного потребителя

- взаимосвязанная совокупность операций и функций, переводящих ресурсы компании в результат деятельности

2. Производитель – это
 - + производитель
 - потребитель
 - + торговый посредник
 - клиент

3. Совокупность каналов сбыта продукции одного конкретного предприятия:
 - дистрибьюция
 - + логистическая сеть
 - логистика распределения
 - логистический канал

4. Последовательность действий при формировании эффективной логистической системы распределения:

1. Анализ и оценка сбытовой цепочки
2. Определение обратного товаропотока
3. Определение потенциала предприятия
4. Развитие системы распределения
5. Отбор и поиск партнеров цепи поставок
6. Определение каналов сбыта и оптимальной конфигурации сети распределения
7. Создание логистической инфраструктуры и отработка процессов логистики
8. Окончательное определение функций системы распределения
9. Создание и обеспечение единого информационного пространства по всей цепи поставок готовой продукции

Правильный ответ: 3 – 6 – 5 – 7 – 2 – 8 – 9 – 1 – 4

5. К правилам формирования системы распределения нельзя отнести:

- логистическая система распределения должна быстро адаптироваться к изменениям внешней среды
- система распределения должна обеспечивать максимальный охват потребителей
- + уменьшение грузовой единицы доставки позволяет снижать затраты на поставку
- в цепи не должно быть участников с одинаковыми функциями

6. К правилам формирования системы распределения нельзя отнести:

- + поставки посредникам и конечным клиентам должны быть крупными и менее частыми при максимальном обеспечении широты ассортимента
- поставщик должен формировать складскую сеть, приближая ее к потребителю
- система логистического сервиса должна формироваться с ориентацией на спрос и с обеспечением оптимального уровня обслуживания
- единое информационное пространство обеспечивает широкие возможности получения адекватной обратной информации и возможность управление запасами готовой продукции всех участников цепи поставок

7. К задачам оценки эффективности логистики распределения относятся:

- + эффективность информационных потоков в системе распределения
- + состояние складского хозяйства, транспорта и другой логистической инфраструктуры в системе распределения

- + состояние и система управления товарными запасами в звеньях логистической цепи
- финансовая стабильность поставщика
- все ответы верны

8. К задачам оценки эффективности логистики распределения относятся:
- + общие затраты на логистику в системе распределения и составляющие логистических издержек по видам деятельности
 - + степень удовлетворенности клиентов качеством логистического сервиса
 - + организационная структура управления распределением
 - доля рынка поставщика и объемы его производства
 - все ответы верны

9. Логистический канал – это:
- + упорядоченное множество, составляющими которого выступают производители (поставщики), потребители, посредники, перевозчики и другие участники, обеспечивающие процесс товародвижения
 - полное множество звеньев логистической системы, между которыми устанавливаются взаимосвязи по основным и/или сопутствующим потокам в рамках существующей логистической системы
 - + маршрут движения товара от производителя к потребителю
 - + логистическая цепь системно взаимосвязанных, функционально специализированных и адресно ориентированных организаций, последовательно осуществляющих весь процесс сбытовой деятельности от производителя к потребителю

10. Совокупность независимых юридических или физических лиц, участвующих в процессе продвижения товара от производителя к потребителю, а также сопутствующий этому движению сервис, а также система хозяйственных связей между компаниями, участвующими в процессе купли-продажи продукции и услуг – это:
- + логистический канал распределения
 - логистическая цепь распределения
 - логистическая система распределения
 - логистика распределения

Вариант 4

1. Уровень распределительного канала - это:
- количество продукции (в стоимостном или натуральном выражении), продвигаемое через распределительный канал
 - + посредник, который выполняет работу по приближению товара и права собственника на него к конечному потребителю
 - число посредников на отдельном уровне цепи
 - количество затраченного времени на отдельном уровне цепи
2. Основными параметрами вертикальной структуры логистического канала являются:
- спектр и содержание выполняемых функций
 - скорость
 - точность
 - адресность
 - конкурентноспособность
 - + все ответы верны

3. Основными параметрами вертикальной структуры логистического канала являются:

- степень охвата рынка
- глубина проникновения на рынок
- объемы оборота
- издержки
- эффективность
- + все ответы верны

4. Какой канал распределения характерен для военной промышленности:

- одноуровневый канал
- + канал нулевого уровня
- горизонтальный канал
- двухуровневый канал
- трехуровневый канал

5. Какой канал распределения наиболее характерен для продуктов питания (при условии отдаленности точки продаж):

- одноуровневый канал
- канал нулевого уровня
- двухуровневый канал
- + трехуровневый канал
- вертикальный канал

6. Ритейл может быть задействован в:

- + одноуровневом канале
- канале нулевого уровня
- + двухуровневом канале
- + трехуровневом канале

7. К каналам, состоящим из производителя и одного или нескольких посредников, действующих как одна единая система, относят:

- + вертикальные каналы распределения
- горизонтальные каналы распределения
- параллельные каналы распределения
- многоуровневые каналы распределения

8. Соотнесите виды распределительных каналов с хроникой развития дистрибуции:

1. Производитель – прямые каналы сбыта – непрямые каналы сбыта – посредники различных уровней и видов – новые технологии	а) Фаза 1 50-е - 60-е годы
2. Производитель – прямая торговля или посредник	б) Фаза 2 60-е -70-е годы
3. Производитель – прямые каналы сбыта – непрямые каналы сбыта	в) Фаза 3 80-е годы – по н.в.

Правильный ответ: 1 – в; 2 – а; 3 – б

9. Типы конкурентных отношений в логистическом канале:

- + горизонтальная и вертикальная конкуренция
- ценовая и неценовая конкуренция
- совершенная и несовершенная конкуренция

- чистая, монополистическая, олигополистическая конкуренция
- местная, отраслевая, межотраслевая, национальная, глобальная

10. Конкуренция, существующая как между посредниками одного уровня, так и между целыми структурами – это:

- вертикальная
- + горизонтальная
- совершенная
- несовершенная конкуренция
- чистая конкуренция
- отраслевая

Вариант 5

1. Конкуренция, существующая как между посредниками различных уровней одного и того же логистического канала – это:

- + вертикальная
- горизонтальная
- совершенная
- несовершенная конкуренция
- чистая конкуренция
- межотраслевая

2. Факторы, влияющие на выбор вида логистического канала:

- рынок
- покупатель
- товар
- конкурентная среда
- + все ответы верны

3. Факторы, влияющие на выбор вида логистического канала:

- организационно-правовая форма посредников
- внутренняя экономическая ситуация посредников
- функциональная форма посредников
- конкурентная среда посредников
- + все ответы верны

4. По типу сбытовой стратегии логистические посредники подразделяются:

- оптовый посредник, мелкооптовый посредник, розничный посредник
- дистрибьютер, дилер, комиссионер, агент, брокер
- + эксклюзивный, селективный, интенсивный
- транспортный посредник, посредник по грузопереработке, посредник по планированию графиков поставки, складской посредник
- самостоятельные организации, подразделения собственно производителя готовой продукции

5. По операционной зависимости логистические посредники подразделяются:

- оптовый посредник, мелкооптовый посредник, розничный посредник
- дистрибьютер, дилер, комиссионер, агент, брокер
- эксклюзивный, селективный, интенсивный
- транспортный посредник, посредник по грузопереработке, посредник по планированию графиков поставки, складской посредник

+ самостоятельные организации, подразделения собственно производителя готовой продукции

6. По уровню сбыта логистические посредники подразделяются:

- + оптовый посредник, мелкооптовый посредник, розничный посредник
- дистрибьютер, дилер, комиссионер, агент, брокер
- эксклюзивный, селективный, интенсивный
- транспортный посредник, посредник по грузопереработке, посредник по планированию графиков поставки, складской посредник
- независимые и связанные с производителем

7. По видам собственности на товар и от чьего имени ведется торговля логистические посредники подразделяются:

- оптовый посредник, мелкооптовый посредник, розничный посредник
- + дистрибьютер, дилер, комиссионер, агент, брокер
- эксклюзивный, селективный, интенсивный
- транспортный посредник, посредник по грузопереработке, посредник по планированию графиков поставки, складской посредник
- независимые и связанные с производителем

8. По типу связи с производителями логистические посредники подразделяются:

- + независимые и связанные с производителем
- дистрибьютер, дилер, комиссионер, агент, брокер
- эксклюзивный, селективный, интенсивный
- транспортный посредник, посредник по грузопереработке, посредник по планированию графиков поставки, складской посредник
- самостоятельные организации, подразделения собственно производителя готовой продукции

9. Главное отличие логистических посредников по типу связи с производителями состоит:

- в уровне проникновения на рынок посредников
- в объеме оборота посредников
- + в наличии права собственности на товар, приобретаемого вместе с товаром у производителя
- в эффективности деятельности посредников

10. К независимым посредникам относят:

- + оптовые торговцы
- брокеры
- + дистрибьюторы
- + дилеры
- агенты
- комиссионеры

Вариант 6

1. Распределение, намеренно ограничивающее число посредников, торгующих данной продукцией в рамках сбытовых территорий (как правило, один в географически расположенном регионе):

- интенсивное распределение
- + эксклюзивное распределение
- экстенсивное распределение

- селективное распределение
2. Распределение, предполагающее обеспечение запасами продукции возможно большего числа торговых предприятий:
 - + интенсивное распределение
 - эксклюзивное распределение
 - экстенсивное распределение
 - селективное распределение
 3. Распределение, позволяющее производителю добиваться необходимого охвата рынка при более жестком контроле с меньшими издержками через ограниченное число посредников:
 - интенсивное распределение
 - эксклюзивное распределение
 - экстенсивное распределение
 - + селективное распределение
 4. Тип сбытовой стратегии, характерный для фирм, производящих скоропортящиеся продукты или товары массового спроса:
 - + интенсивное распределение
 - эксклюзивное распределение
 - экстенсивное распределение
 - селективное распределение
 5. Основные риски интенсивной политики распределения:
 - + производитель должен прикладывать больше усилий к стимулированию сбыта продукции
 - + производитель рискует потерять контроль над маркетингом продукции
 - четкое определение ассортиментной группы продукции, с которой работает партнер
 - + производитель не может рассчитывать на соответствующий уровень обслуживания посредников
 - определение территории, охватываемой торговым партнером
 - все ответы верны
 6. К особенностям эксклюзивного типа распределения НЕ относят:
 - определение группы и категории потребителей для каждого партнера
 - установление запрета на реализацию продукции конкурентов
 - определение условия распределения затрат по хранению и владению запасами
 - + товарные запасы на пути следования от производителя к розничной точке увеличиваются
 7. К особенностям эксклюзивного типа распределения НЕ относят:
 - + производитель не может рассчитывать на соответствующий уровень обслуживания посредников
 - определение роли торговых посредников в выполнении гарантийных обязательств
 - решение вопросов ценообразования, особенно установление нижнего уровня цен на продукцию
 - разработка системы вознаграждения за достижение более высоких показателей

8. Как показывает практика, работать с ограниченным кругом крупных посредников, в совокупности обеспечивающих не менее 80% объема сбыта, для производителя:

- выгоднее в любом случае
- убыточно в любом случае
- + выгодно при условии, что на одного из посредников приходится не более 20% продаж компании
- убыточно при условии, что на одного из посредников приходится не более 20% продаж компании

9. Соотнесите типы систем распределения в классификационной группе логистических посредников по операционной зависимости:

1. Последовательные этапы производства и распределения объединены в рамках единоличного владения распределительной сетью	а) Вертикальная система
2. Один из членов сети распределения обладает возможностью управления всеми звеньями цепи поставок, либо владеет им, либо предоставляет торговые привилегии	б) Корпоративная система
3. Совокупность независимых компаний, связанных договорными отношениями и координирующих программы своей деятельности для совместного достижения большей экономии и больших коммерческих результатов, чем это можно было бы сделать в одиночку	в) Договорная система

Правильный ответ: 1 – б; 2 – а; 3 – в

10. Вовлечение посредника в цепочку «производитель – потребитель» повышает прибыльность торговых операций за счет:

- исключения из структуры предприятия-производителя служб, занимающихся работой с конечным потребителем в регионах
- повышения оперативности сбыта товаров за счет сокращения срока поставок с промежуточных складов, предпродажного сервиса и технического обслуживания
- возможности включения производственного ассортимента в торговый ассортимент, формируемый усилиями нескольких поставщиков-производителей
- повышения конкурентоспособности товара, так как посредники, находясь ближе к покупателям, быстрее реагируют на изменение рыночной конъюнктуры, являются источниками ценной информации об уровне конкурентоспособности и качества товаров
- + все ответы верны

Вариант 7

1. Сформированные производителями мини-филиалы (команды торговых агентов с отдельным прайс-листом) на базе дистрибьютора называются:

- аутсорсинговые филиалы
- торговые представители
- + эксклюзивные торговые команды
- джобберы

2. При работе производителей через мини-филиалы, данные команды торговых агентов с отдельным прайс-листом занимаются:

- расчетами с производителями
- + формированием заказов
- + отслеживанием дебиторской задолженности дистрибьютора
- + выкладкой товара

- + организацией промомероприятий
- логистикой

3. При работе производителей через мини-филиалы дистрибьютор занимается:

- + расчетами с производителями
- формированием заказов
- + отслеживанием дебиторской задолженности покупателей
- выкладкой товара
- организацией промомероприятий
- + логистикой

4. Оптовая фирма, закупающая товары как у производителей, так и дистрибьюторов, не имеющая складских помещений, работающая по принципу «поставка точно в срок, продажа с колес»:

- дилер
- брокер
- консигнатор
- + джоббер

5. К преимуществам электронных каналов распределения можно отнести:

- глобальный охват рынка
- быстрота совершения сделки
- гибкость обработки информации
- установление новых отношений
- низкие затраты на осуществление продаж и распределения
- + все ответы верны

6. Электронный канал распределения, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия юридических лиц, которые работают не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес:

- B2C (Business-to-consumer)
- B2G (Business-to-Government)
- G2B (Government to Business)
- + B2B (Business-to-Business)

7. Электронный канал распределения, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией и частным, так называемым «конечным» потребителем:

- + B2C (Business-to-consumer)
- B2G (Business-to-Government)
- G2B (Government to Business)
- B2B (Business-to-Business)

8. Электронный канал распределения, обозначающий отношения между бизнесом и государством в виде систем электронной коммерции, например, системы электронных госзакупок:

- B2C (Business-to-consumer)
- + B2G (Business-to-Government)
- G2B (Government to Business)
- B2B (Business-to-Business)

9. Электронный канал распределения, обозначающий набор программных и аппаратных средств для осуществления он-лайн взаимодействия исполнительной власти и коммерческих структур с целью поддержки и развития бизнеса, например, информационные веб-сайты органов власти, системы электронных закупок:

- B2C (Business-to-consumer)
- B2G (Business-to-Government)
- + G2B (Government to Business)
- B2B (Business-to-Business)

10. Специалисты, необходимые для создания полноценного электронного канала распределения:

- Web-дизайнер
- Web-программист
- Контент-менеджер
- Интернет-маркетолог
- Менеджер интернет-проекта
- + все ответы верны

Вариант 8

1. Лизинг, как новая форма распределения, обозначает:

- краткосрочная сдача оборудования в аренду
- среднесрочная сдача оборудования в аренду
- + сдача оборудования в долгосрочную аренду
- передача оборудования в собственность арендатора

2. Рентинг, как новая форма распределения, обозначает:

- + краткосрочная сдача оборудования в аренду
- среднесрочная сдача оборудования в аренду
- сдача оборудования в долгосрочную аренду
- передача оборудования в собственность арендатора

3. Харринг, как новая форма распределения, обозначает:

- краткосрочная сдача оборудования в аренду
- + среднесрочная сдача оборудования в аренду
- сдача оборудования в долгосрочную аренду
- передача оборудования в собственность арендатора

4. Входит ли Россия в Конвенцию о международном финансовом лизинге:

- не входит
- + входит
- входят только производители
- входят только дистрибьюторы

5. Право арендатора на выкуп арендованных машин и оборудования называется:

- аукцион
- + опцион
- хеджирование
- клиринг

6. Лизинговые платежи в полном объеме:

- + включаются в себестоимость производимых товаров или услуг
- не включаются в себестоимость производимых товаров или услуг

- включаются в административные расходы
- не включаются в налогооблагаемую прибыль

7. К основным видам лизинга относят:

- долгосрочный
- + финансовый
- + оперативный
- + возвратный

8. Лизинг, который характеризуется тем, что срок аренды оборудования максимально приближается к сроку его службы, а арендодатель за счет лизинговых платежей возвращает себе всю стоимость имущества и получает прибыль от арендной сделки:

- долгосрочный
- + финансовый
- оперативный
- возвратный

9. Лизинг, который подразумевает передачу в пользование оборудования на срок короче его экономического срока службы:

- долгосрочный
- финансовый
- + оперативный
- возвратный

10. Лизинг, заключающийся в продаже промышленным предприятиям части собственного имущества лизинговой компании с одновременным подписанием договора об его аренде:

- долгосрочный
- финансовый
- оперативный
- + возвратный

Вариант 9

1. Юридические лица, деятельность которых связана с перепродажей товаров и поставкой их розничным посредникам:

- + оптовые и мелкооптовые посредники
- внемагазинные розничные посредники
- розничные посредники
- производитель

2. К основным функциям оптовых посредников НЕЛЬЗЯ отнести:

- продажа и продвижение
- + определение количества и времени производства
- закупки и формирование ассортимента
- складирование
- транспортировка

3. К основным функциям оптовых посредников МОЖНО отнести:

- + принятие риска
- определение уровня запасов незавершенного производства
- + маркетинговые исследования

- + закупки и формирование ассортимента
- определение полноценной загрузки рабочих мест с минимум простоев

4. Соотнесите предприятия оптовой торговли с описанием их значения:

1. Особые рынки, созданные в определенных местах для продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами, путем публичных торгов	а) Коммерческо-посреднические фирмы
2. Объединения предприятий промышленности, сельского хозяйства, торговли, банковской деятельности в масштабах административно-территориальных единиц	б) Оптовые базы
3. Разъездные представители торговых фирм, предлагающих покупателям товары по имеющимся у них образцам или каталогам	в) Товарные биржи
4. Оптовые предприятия, осуществляющие оптовую торговлю с собственных складов и со складов производителя	г) Оптовые магазины
5. Периодически организуемые в установленном месте кратковременные оптовые рынки на основе осмотра образцов товаров	д) Торговые дома
6. Брокерские фирмы, которые осуществляют сделки с реальным товаром за собственный счет или за счет производителей, потребителей и других оптовых предприятий	е) Ярмарки-выставки
7. Предприятия, организационно объединяющие склады, специализированные по техническим признакам перерабатываемой продукции, с едиными энергетическими, транспортными и др. коммуникациями, а также с централизованными экспедиционными, вспомогательными службами, аппаратом управления, организующие складирование и отгрузку продукции	ж) Аукционы
8. Оптовые продавцы, максимально приближенные к конечным покупателям	з) Коммивояжеры
9. Организованные рынки биржевых товаров с установленными правилами приема, фиксированным членством	и) Ассоциативные добровольные объединения коммерсантов и предпринимателей

Правильный ответ: 1 – ж; 2 – и; 3 – з; 4 – а; 5 - е; 6 - д; 7 – б; 8 - г ; 9 - в

5. Коммерческая организация, основная часть прибыли которой образуется за счет розничных продаж:

- оптовые и мелкооптовые посредники
- внемагазинные розничные посредники
- + розничные посредники
- производитель

6. Магазины, предлагающие узкий спектр продуктов с широким ассортиментом в рамках данного спектра – это:

- + специализированные магазины
- универмаги
- супермаркеты
- небольшие магазины
- магазины, торгующие по сниженным ценам

- магазины «бросовых цен»
- фирменные магазины
- независимые магазины
- складские клубы
- супермагазины (суперсторы)
- гипермаркеты
- выставочные залы

7. Магазины, предлагающие несколько разновидностей товаров. Каждый вид товара продается в своем отделе – это:

- специализированные магазины
- + универмаги
- супермаркеты
- небольшие магазины
- магазины, торгующие по сниженным ценам
- магазины «бросовых цен»
- фирменные магазины
- независимые магазины
- складские клубы
- супермагазины (суперсторы)
- гипермаркеты
- выставочные залы

8. Относительно большие предприятия розничной торговли. Основная форма торговли – самообслуживание. Главная задача – удовлетворить основные потребности человека в еде, а также некоторых товарах для дома – это:

- специализированные магазины
- универмаги
- + супермаркеты
- небольшие магазины
- магазины, торгующие по сниженным ценам
- магазины «бросовых цен»
- фирменные магазины
- независимые магазины
- складские клубы
- супермагазины (суперсторы)
- гипермаркеты
- выставочные залы

9. Небольшие торговые заведения, расположенные в спальных районах. В них представлен ограниченный ассортимент товаров с высокой скоростью оборота – это:

- специализированные магазины
- универмаги
- супермаркеты
- + небольшие магазины
- магазины, торгующие по сниженным ценам
- магазины «бросовых цен»
- фирменные магазины
- независимые магазины
- складские клубы
- супермагазины (суперсторы)
- гипермаркеты

- выставочные залы

10. Магазины, предлагающие ассортимент по сниженным ценам, поскольку имеют возможность устанавливать меньшую долю прибыли за счет большого оборота – это:

- специализированные магазины
- универмаги
- супермаркеты
- небольшие магазины
- + магазины, торгующие по сниженным ценам
- магазины «бросовых цен»
- фирменные магазины
- независимые магазины
- складские клубы
- супермагазины (суперсторы)
- гипермаркеты
- выставочные залы

Вариант 10

1. Посредник, которому обеспечивается привилегированное положение на его территории на покупку товаров у данного поставщика, размер вознаграждения применяется в виде скидки с цены продаж, которая зависит от минимального объема поставки товара. На рынке он выступает от своего имени и за свой счет и принимает все коммерческие риски по продвижению товара:

- дилер
- + дистрибьютор
- торговый агент
- брокер
- консигнатор

2. Грантор предоставляет право:

- + по распространению определенных товаров на определенной территории другому лицу
- по транспортировке определенных товаров на определенной территории другому лицу
- по складированию определенных товаров на определенной территории другому лицу
- по приобретению определенных товаров на определенной территории другому лицу
- по продаже определенных товаров на определенной территории другому лицу

3. Выделяют виды дистрибьюторов:

- собственный дистрибьютор
- эксклюзивный дистрибьютор
- официальный дистрибьютор
- независимый дистрибьютор
- + все ответы верны

4. Смешанный договор, содержащий в себе условия нескольких видов договоров:

- агентский договор
- договор поставки
- договор концессии

+ дистрибьюторский договор

5. Вид договора, который не предусмотрен российским законодательством:

- агентский договор
- договор поставки
- договор концессии
- + дистрибьюторский договор

6. Современные тенденции развития дистрибьюторов в России:

- сосредоточили свои усилия на региональной работе
- являются представителями зарубежных представителей
- аутсорсинг обслуживания товародвижения
- изменение сферы бизнеса: производство
- + все ответы верны

7. Основными перспективными направлениями развития дистрибьюторов в России являются:

- + укрепление долгосрочных связей с производителями
- + развитие товарной специализации
- снижение базы поставщиков
- + диверсификация бизнеса на основе развития логистической составляющей и открытия собственной торговой сети
- выход из хорошо освоенных регионов
- + формирование заказа любого уровня комплектации

8. Независимый торговый посредник, который по отношению к поставщику продукции выступает как покупатель, т.е. приобретает продукцию на основе договора купли-продажи или договора поставки, может реализовывать продукцию по своему усмотрению на любом рынке и по любой цене:

- дистрибьютор
- + дилер
- брокер
- торговый агент
- консигнатор

9. Контракт, при котором одно предприятие передает за определенное вознаграждение другому предприятию право на использование торговой марки, оказывает ему маркетинговую поддержку, участвует в финансировании капитальных вложений и берет на себя часть текущих затрат:

- дистрибьюторский договор
- договор поставки
- + франшизный контракт
- агентский договор
- договор концессии

10. Дилеров, сотрудничающих с производителем на условиях франшизы, называют:

- эксклюзивным дилером
- + авторизованным дилером
- независимым дилером
- собственным дилером

2.4. Тематический план для самостоятельной работы

№ п/п раздела	Наименование разделов и тем	Количество часов
1	2	3
1	Цели и задачи логистики распределения, место логистики распределения в логистической системе.	17
2	Взаимодействие смежных отделов в системе распределения.	17
3	Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения.	17
4	Логистическая сеть распределения: принципы формирования.	17
5	Оптовая торговля в сети распределения.	17
6	Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения.	17
7	Логистические посредники в сети распределения	17
8	Функции логистики распределения.	17
9	Логистический сервис в сети распределения.	17
10	Логистика возвратных потоков.	24
	Итого по дисциплине	177

Вопросы для самостоятельной работы

Тема 1 Цели и задачи логистики распределения, ее место в логистической системе.

1. Как определяется место логистики распределения в интегрированной логистической системе?
2. Какие цели и задачи у логистики распределения?
3. Назовите основные принципы функционирования логистики распределения?
4. В чем разница между распределением и сбытом товара?
5. Назовите основные функции логистики распределения.
6. Какие проблемы чаще всего приходится решать бизнесу в логистике распределения?
7. Особенности формирования информационного обеспечения участников в процессе продвижения товара от производителя к потребителю

Тема 2 Взаимодействие смежных отделов в системе распределения.

1. Назовите основные области взаимодействия смежных отделов в рамках логистики распределения?
2. Перечислите основные задачи логистики распределения, решение которых вызывает конфликты?
3. Что является основными предметами конфликтов в логистике распределения на разных уровнях принятия решений?
4. Перечислите основные локальные цели отделов компании при решении задач логистики распределения?
5. Как определить роль логистики при организации межфункциональной и координация в логистики распределения?
6. Какие методы используются для достижения межфункциональной и межорганизационной координации?

Тема 3 Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения.

1. Какие службы компании принимают участие в обеспечении межорганизационной координации в рамках логистики распределения?
2. Перечислите основные области взаимодействия логистики и маркетинга.
3. В чем суть классического подхода к взаимодействию логистики и маркетинга?
4. Как объяснить влияние современной концепции «управления клиентами» на усиление взаимодействий между логистикой и маркетингом?
5. Почему при переходе к процессному управлению укрепляется союз между логистикой и маркетингом?
6. В чем основные различия между маркетинговыми каналами и логистическими цепями поставок?
7. Определите структуру организационно-экономических показателей деятельности организации в области логистики распределения.

Тема 4 Логистическая сеть распределения: принципы формирования.

1. Перечислите основные принципы формирования логистической системы распределения?
2. Кто может быть участником продвижения товаров в логистической системе распределения?
3. Определите роль и задачи основных участников системы распределения.
4. Как можно охарактеризовать рыночные взаимоотношения между посредниками сети распределения?
5. Какие основные функции розничной сети в логистической системе?
6. Почему розничная сеть рассматривается как конечный потребитель логистической системы распределения?

Тема 5 Оптовая торговля в сети распределения.

1. В чем роль розничной сети в сети распределения?
2. Какие задачи решает розничная сеть в сети распределения?
3. Назовите основные типы предприятий розничной сети?
4. В чем заключаются особенности функционирования сетевой розницы на российском рынке?
5. Назовите основные тенденции развития в розничной сети?
6. Как можно характеризовать основные изменения в сети распределения при появлении предприятий сетевой розницы?

Тема 6 Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения

1. Охарактеризуйте эволюционный путь развития взаимоотношений между поставщиком и розницей?
2. Что понимается под стратегическим партнерством между производителем и розничной сетью?
3. Дайте характеристику современным форматам предприятий розничной сети?
4. Назовите основные формы продаж: магазинные и внемагазинные?
5. Как зависит управление логистической системой от формы продаж?
6. В чем смысл концепции создания «ценности товаров и услуг» для розничной сети?

Тема 7 Логистические посредники в сети распределения

1. Какие функции и задачи решают оптовые предприятия?

2. Как характеризуется современный рынок услуг оптовых предприятий?
3. Назовите основные направления развития оптовых компаний на современном рынке.
4. Какова роль логистических посредников в логистической системе?
5. Назовите основные функции и задачи, реализуемые логистическими посредниками?
6. Что заставляет логистических посредников кооперироваться в логистические союзы в цепи поставок?

Тема 8 Функции логистики распределения

1. Объясните смысл аутсорсинга логистических услуг в логистике распределения?
2. Какие основные виды логистических посредников функционируют на современном рынке?
3. Существует ли разница между логистическими операторами и 3PL провайдерами услуг?
4. Каковы особенности функционирования логистических посредников на российском рынке?
5. Какова процедура выбора посредников в логистике распределения?
6. Назовите основные методы оценки логистических посредников?

Тема 9 Логистический сервис в сети распределения.

1. Какие факторы, влияют на выбор логистических посредников в системе распределения?
2. Какими основными критериями руководствуются при оценке и выборе логистических посредников?
3. Кто формирует политику обслуживания клиентов?
4. Назовите основные категории потребительского сервиса?
5. Какие элементы обслуживания включает логистический сервис?
6. В чем базовый уровень сервиса?

Тема 10 Логистика возвратных потоков.

1. Что такое уровень с добавленной стоимостью?
2. Как определяется «совершенный заказ» ?
3. В чем заключается актуальность проблемы реверсивной логистики?
4. Какие основные причины возвратных потоков Вы можете назвать?
5. Что заставляет бизнес рассматривать возврат тары как резерв получения прибыли?
6. Назовите основные операции логистики возвратных потоков тары?

Тематика рефератов, докладов

1. Управление распределением как стратегическая функция логистики оптовой торговли.
2. Основы управления и контроля над бизнес-процессами в области логистики распределения
3. Основы моделирования в сфере управления логистическими процессами продвижения товара от производителя к потребителю.
4. Система внутреннего документооборота деятельности организации в области логистики распределения.
5. Взаимодействие смежных отделов компании при выходе на новые рынки сбыта.
6. Основные области взаимодействия смежных отделов при реализации функций логистики распределения на производственном предприятии.

7. Межфункциональная и межорганизационная координация в логистике распределения при завоевании новых рынков сбыта. Роль логистики в обеспечении координации.

8. Основные области взаимодействия логистики и маркетинга в сетевой рознице.

9. Основные области взаимодействия логистики и маркетинга на производственном предприятии.

10. Взаимодействие логистики и маркетинга при внедрении концепции «управления клиентами».

11. Роль логистики на предприятиях розничной сети современных форматов.

12. Роль логистики в сетевой рознице.

13. Влияние предприятий сетевой розницы на структуру сети распределения производителя.

14. Взаимодействие логистики и маркетинга при формировании гибкой политики обслуживания клиента.

15. Современный подход к обслуживанию клиентов – «управление клиентами» оптового предприятия.

16. Индивидуализация сервиса услуг производителя с учетом реакции потребителя на дефицит.

17. Формирование системы услуг логистического сервиса сетевой розницы.

18. Влияние логистики на организацию концепции «ценности для клиента».

19. Актуальность проблемы реверсивной логистики на производственных предприятиях.

20. Возврат тары как резерв получения прибыли.

Средство оценивания: реферат

Шкала оценивания:

Реферат оценивается по 100-балльной шкале. Баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

86-100 баллов – «отлично»;

70- 85 баллов – «хорошо»;

51-69 баллов – «удовлетворительно»;

менее 51 балла – «неудовлетворительно».

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста. Максимальная оценка – 20 баллов	актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; – наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы. Максимальная оценка – 30 баллов	– соответствие плана теме реферата; – соответствие содержания теме и плану реферата; – полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с источниками и литературой, систематизировать и структурировать материал; – умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по

	рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы
3. Обоснованность выбора источников и литературы. Максимальная оценка – 20 баллов	круг, полнота использования источников и литературы по проблеме; – привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов, интернет-ресурсов и т. д.).
4. Соблюдение требований к оформлению. Максимальная оценка – 15 баллов.	правильное оформление ссылок на использованные источники и литературу; – грамотность и культура изложения; – использование рекомендованного количества источников и литературы; – владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; – соблюдение требований к объему реферата; – культура оформления: выделение абзацев, глав и параграфов
5. Грамотность. Максимальная оценка – 15 баллов.	– отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; – отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; – литературный стиль.

Средство оценивания: доклад

Шкала оценивания:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если:

- доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом;
- автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался;
- автор отвечает на вопросы аудитории;
- показано владение специальным аппаратом;
- выводы полностью отражают поставленные цели и содержание работы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если:

- доклад четко выстроен;
- демонстрационный материал использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности;
- докладчик не может ответить на некоторые вопросы;
- докладчик уверенно использовал общенаучные и специальные термины;
- выводы докладчика не являются четкими.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если:

- доклад зачитывается;
- представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно;
- докладчик не может четко ответить на вопросы аудитории;
- показано неполное владение базовым научным и профессиональным аппаратом;
- выводы имеются, но они не доказаны.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если:

- содержание доклада не соответствует теме;
- отсутствует демонстрационный материал;
- докладчик не может ответить на вопросы;
- докладчик не понимает специальную терминологию, связанную с темой доклада;
- отсутствуют выводы.

Распределение трудоемкости СРС при изучении дисциплины

Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (час)
Подготовка к экзамену	45
Проработка конспекта лекций	35
Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	35
Проработка учебной литературы	37
Написание рефератов	25

3. Оценочные средства и методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации

При проведении экзамена по дисциплине «Логистика распределения» может использоваться устная или письменная форма проведения.

Примерная структура экзамена по дисциплине «Логистика распределения»:

1. устный ответ на вопросы

Студенту на экзамене дается время на подготовку вопросов теоретического характера.

2. выполнение тестовых заданий

Тестовые задания выполняются в течение 30 минут и состоят из 25 вопросов разных типов. Преподаватель готовит несколько вариантов тестовых заданий.

3. выполнение практических заданий

Практических задания выполняются в течение 30 минут. Бланки с задачами готовит и выдает преподаватель.

Устный ответ студента на экзамене должен отвечать следующим требованиям:

- научность, знание и умение пользоваться понятийным аппаратом;
- изложение вопросов в методологическом аспектах, аргументация основных положений ответа примерами из современной практики, а также из личного опыта работы;
- осведомленность в важнейших современных проблемах логистики распределения, знание классической и современной литературы.

Выполнение практического задания должно отвечать следующим требованиям:

- Владение профессиональной терминологией;
- Последовательное и аргументированное изложение решения;

Критерии оценивания ответов

Уровень освоения компетенции	Формулировка требований к степени сформированности компетенций	Шкала оценивания
Высокий	Обладает навыками управления и контроля над выполнением операций в области логистики распределения в соответствии с заключенными договорами. Владеет навыками координации деятельности основных участников логистического процесса в области распределения материального потока. Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, связанных с логистикой распределения; технологиями построения и адаптации экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей для анализа информации о функционировании логистики распределения. Обладает навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации в области логистики распределения; технологиями формирования информационного обеспечения участников	Отлично

	<p>организационных проектов в процессе продвижения товара от производителя к потребителю. Владеет методиками анализа управленческой информации; технологиями создания и ведения баз данных по организационно-экономическим показателям проекта в области логистики распределения.</p>	
Продвинутый	<p>Решает логистические задачи в процессе реализации продукции на предприятии. Осуществляет контроль над выполнением операций в области логистики распределения в соответствии с заключенными договорами. Координирует деятельность основных участников процесса продвижения товаров в логистической системе распределения. Применяет методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений в логистике распределения. Идентифицирует и адаптирует модели применительно к конкретным задачам в области логистики распределения. Анализирует управленческую информацию о функционировании системы внутреннего документооборота в области логистики распределения. Ведет базы данных по различным показателям организационного проекта. Идентифицирует документы и формирует информационное обеспечение участников организационных проектов в процессе реализации продукции на предприятии.</p>	Хорошо
Базовый	<p>Имеет представление об организации распределения готовой продукции и сбыта товаров до покупателя и конечного потребителя. Знает основы управления и контроля над бизнес-процессами в области логистики распределения; возможности применения логистического инструментария в деятельности организации в процессе продвижения товара от производителя к потребителю. Демонстрирует знание методов и способов количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений в логистике распределения. Знает основы моделирования в сфере управления логистическими процессами продвижения товара от производителя к потребителю. Имеет представление о системе внутреннего документооборота деятельности</p>	Удовлетворительно

	организации в области логистики распределения; методах анализа управленческой информации о системе внутреннего документооборота в области логистики распределения. Знает перечень документов, необходимых для осуществления деятельности в области логистики распределения. Имеет представление о структуре организационно-экономических показателей деятельности организации в области логистики распределения. Имеет представление о формировании информационного обеспечения участников в процессе продвижения товара от производителя к потребителю.	
Компетенции не сформированы	Не соответствует критериям оценки удовлетворительно	Неудовлетворительно

Рекомендации по проведению экзамена

1. Студенты должны быть заранее ознакомлены с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся АНО ВО МОСИ.
2. По результатам экзамена преподаватель обязан разъяснить студенту правила выставления экзаменационной оценки.
3. Преподаватель в ходе экзамена проверяет уровень полученных в течение изучения дисциплины знаний, умений и навыков и сформированность компетенции.
4. Тестирование по дисциплине проводится либо в компьютерном классе, либо в аудитории на бланке с тестовыми заданиями.

Перечень вопросов к экзамену

1. Принципы, цели, функции и задачи логистики распределения.
2. Распределение и сбыт товаров: место в структуре цикла заказа.
3. Логистика распределения как функциональная область логистики.
4. Задачи логистики распределения, решаемые на макро- и микроуровне при организации сбыта и распределения продукции.
5. Взаимодействие смежных отделов компании в системе распределения.
6. Основные области взаимодействия смежных отделов при реализации функций логистики распределения.
7. Задачи логистики распределения, решение которых вызывает конфликты. Основные предметы конфликтов в логистике распределения на разных уровнях принятия решений.
8. Функции, уровни, цели и границы каналов распределения и логистической цепи.
9. Межфункциональная и межорганизационная координация в логистики распределения. Роль логистики в обеспечении координации.
10. Взаимодействие логистики и маркетинга при реализации задач логистики распределения.
11. Основные области взаимодействия логистики и маркетинга. Логистика как основной инструмент маркетинга при реализации последним своих целей и задач.
12. Розничная сеть и сфера услуг как конечный потребитель сети распределения.
13. Розничная сеть, основные функции и место в логистической системе. Ее роль и задачи в сети распределения.
14. Современные форматы предприятий розничной сети. Характеристика

различных форматов магазинов. Основные формы продаж.

15. Сетевая розница - как современное направление в развитии розничной сети. Особенности ее функционирования на российском рынке, основные тенденции развития розничной сети.

16. Влияние предприятий сетевой розницы на структуру сети распределения. Эволюция развития взаимоотношений между поставщиком и розницей.

17. Особенности управления логистической системой в зависимости от формы продаж. Создание «ценности товаров и услуг» применительно к розничной сети.

18. Основные посредники в логистической сети распределения.

19. Эволюция предприятий оптовой торговли: современные вехи развития оптовиков, способы выживания в сети распределения.

20. Современный рынок услуг оптовых предприятий и перспективы их развития. Основные направления развития оптовых компаний.

21. Логистические посредники. Роль и их место в логистической системе. Основные функции и задачи, реализуемые логистическими посредниками.

22. Логистический сервис и его составляющие. Уровень обслуживания клиентов. Базовый уровень сервиса, уровень с добавленной стоимостью, «совершенный заказ».

23. Актуальность проблемы реверсивной логистики. Основные причины возвратных потоков.

24. Организация возврата дефектной продукции (товаров).

25. Политика возврата тары компании. Возврат тары как резерв получения прибыли.

Тест

1. Отличие логистической концепции распределения от традиционной сбытовой стратегии заключается:

+ процесс управления материальными, информационными, финансовыми, сервисными и трудовыми потоками подчиняется целям и задачам логистики и управления цепями поставок (Supply Chain Management – SCM)

- присутствует множественность посреднических институтов и многономенклатурность товарно-материальных потоков в логистической концепции

+ существует системная взаимосвязь процесса распределения с производством, снабжением и маркетингом, которая предполагает координацию и интеграцию не только внутри самого предприятия, но и интеграцию при взаимодействии с внешними контрагентами по бизнесу

- участвуют в процессе распределения распределительные центры и склады, а также транспортные организации в логистической концепции

- традиционная сбытовая стратегия подчиняется целям и задачам маркетинга

2. Процесс управления распределительной деятельностью предприятия можно представить в виде этапов:

1. Выбор посредников

2. Организация поставок

3. Контроль деятельности посредников

4. Стимулирование деятельности посредников

5. Определение каналов распределения

Правильный ответ: 5 – 1 – 2 – 4 – 3

3. К основным функциям логистики распределения на микроуровне можно отнести:

+ организация получения и обработки заказов

- построение организационной структуры распределительных каналов сети

+ планирование процесса реализации

- дислокация дистрибутивных центров и других звеньев в распределительных каналах
- + выбор упаковки продукции, ее комплектация и консервирование
- транспортировка готовой продукции, возвратной тары и отходов

4. Соотнесите подходы к взаимодействию маркетинга и логистики с концепциями управления:

1. Маркетинг как раздел теории и практики логистики	а) Маркетинг рассматривает рыночные позиции предприятия с точки зрения 5 Р (product, place, promotion, price, production), логистика – ресурсный потенциал, которым располагает предприятие, с точки зрения еще 2 С (cost, consumer)
2. Логистика и маркетинг как самостоятельные направления производственно-хозяйственной деятельности, тесно интегрированные между собой	б) Логистика занимается изучением и управлением материальными, информационными потоками в их движении от источника (производителя) к месту назначения (потребителю) и обратно. Маркетинг совместно с транспортировкой, складированием входит в цепочку распределения и служит одним из эффективных путей совершенствования сбытовой деятельности
3. Логистика как составляющая и дополняющая теорию маркетинга	в) Сущность логистики заключается в управлении материальными, информационными потоками, ориентированной на решение комплекса задач по физическому перемещению продукции внутри предприятия и во внешней среде для удовлетворения потребителя в транспортно-экспедиционных услугах и снабженческо-сбытовых работах

Правильный ответ: 1 – б; 2 – в; 3 – а.

5. Продуцент – это

- + производитель
- потребитель
- + торговый посредник
- клиент

6. Совокупность каналов сбыта продукции одного конкретного предприятия:

- дистрибуция
- + логистическая сеть
- логистика распределения
- логистический канал

7. Последовательность действий при формировании эффективной логистической системы распределения:

1. Анализ и оценка сбытовой цепочки
2. Определение обратного товаропотока
3. Определение потенциала предприятия
4. Развитие системы распределения
5. Отбор и поиск партнеров цепи поставок
6. Определение каналов сбыта и оптимальной конфигурации сети распределения
7. Создание логистической инфраструктуры и отработка процессов логистики
8. Окончательное определение функций системы распределения

9. Создание и обеспечение единого информационного пространства по всей цепи поставок готовой продукции

Правильный ответ: 3 – 6 – 5 – 7 – 2 – 8 – 9 – 1 – 4

8. Соотнесите виды распределительных каналов с хроникой развития дистрибьюции:

1. Производитель – прямые каналы сбыта – не прямые каналы сбыта – посредники различных уровней и видов – новые технологии	а) Фаза 1 50-е - 60-е годы
2. Производитель – прямая торговля или посредник	б) Фаза 2 60-е - 70-е годы
3. Производитель – прямые каналы сбыта – не прямые каналы сбыта	в) Фаза 3 80-е годы – по н.в.

Правильный ответ: 1 – в; 2 – а; 3 – б

9. Типы конкурентных отношений в логистическом канале:

- + горизонтальная и вертикальная конкуренция
- ценовая и неценовая конкуренция
- совершенная и несовершенная конкуренция
- чистая, монополистическая, олигополистическая конкуренция
- местная, отраслевая, межотраслевая, национальная, глобальная

10. Конкуренция, существующая как между посредниками одного уровня, так и между целыми структурами – это:

- вертикальная
- + горизонтальная
- совершенная
- несовершенная конкуренция
- чистая конкуренция
- отраслевая

11 Конкуренция, существующая как между посредниками различных уровней одного и того же логистического канала – это:

- + вертикальная
- горизонтальная
- совершенная
- несовершенная конкуренция
- чистая конкуренция
- межотраслевая

12 Форма сбытовой политики, при которой компания с известным на рынке именем перепродает права на него вместе с технологией производства или продажи товара или услуги независимым от нее предприятиям – это:

- + франчайзинг
- франчайзи
- франшиза
- франчайзер

13 Цель франчайзера – продавать продукцию исключительно силами франчайзера:

- франчайзинг дистрибьютора
- + франчайзинг производителя
- франчайзинг ритейлера

- франчайзинг дилера

14 Входит ли Россия в Международную ассоциацию франчайзинга:

+ не входит

- входит

- входят только производители

- входят только дистрибьюторы

15 Количество представительств зависит:

+ от объемов ее проникновения на рынки разных стран

- от размера фирмы

- от объемов прибыли фирмы

- от масштаба деятельности фирмы

16 Способы проникновения на рынки и методы расширения присутствия на них определяются следующими факторами:

- характер продукции

- объем торговли

- фаза выхода на рынок

+ все ответы верны

17 К преимуществам электронных каналов распределения можно отнести:

- глобальный охват рынка

- быстрота совершения сделки

- гибкость обработки информации

- установление новых отношений

- низкие затраты на осуществление продаж и распределения

+ все ответы верны

18 Электронный канал распределения, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия юридических лиц, которые работают не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес:

- B2C (Business-to-consumer)

- B2G (Business-to-Government)

- G2B (Government to Business)

+ B2B (Business-to-Business)

19 Специалисты, необходимые для создания полноценного электронного канала распределения:

- Web-дизайнер

- Web-программист

- Контент-менеджер

- Интернет-маркетолог

- Менеджер интернет-проекта

+ все ответы верны

20 Лизинг, как новая форма распределения, обозначает:

- краткосрочная сдача оборудования в аренду

- среднесрочная сдача оборудования в аренду

+ сдача оборудования в долгосрочную аренду

- передача оборудования в собственность арендатора

Примерные практические задания

Выберите для внедрения систему распределения (СР) из четырех предлагаемых по критерию минимум приведенных годовых затрат, если для каждой из систем известны:

1. годовые эксплуатационные затраты (Э) – (у.е./год),
2. годовые транспортные затраты (Т) – (у.е./год),
3. капитальные вложения в строительство распределительных центров (К) – (у.е.),
4. срок окупаемости системы (С) – (год).

Решить задачу. Номер варианта с исходными данными для индивидуального решения задачи студент выбирает исходя из номер экзаменационного билета.

№ билета	Параметры по системам распределения	Элементы приведенных затрат	СР №1	СР №2	СР №3	СР №4
1	Э	6530	5390	6080	4570	
	Т	4630	5450	3970	4390	
	К	54350	44820	49570	48540	
	С	3,3	3,8	3,7	3,5	
2	Э	6630	5570	6100	4570	
	Т	4270	5150	4170	3990	
	К	55370	43870	48800	47560	
	С	3,0	3,3	3,1	2,8	
3	Э	6490	5290	5900	4380	
	Т	4430	5250	3870	4790	
	К	56750	45820	52540	48850	
	С	4,3	3,7	3,9	3,2	
4	Э	6550	5370	6070	4770	
	Т	4630	5450	3970	4390	
	К	52350	43820	49100	48240	
	С	2,9	3,2	3,4	2,8	
5	Э	7530	6390	7080	5570	
	Т	4930	5850	4970	4490	
	К	54350	44820	49570	48540	
	С	3,0	3,2	3,7	3,5	
6	Э	5530	5890	6080	4770	
	Т	3630	5750	3570	4900	
	К	57350	45820	47550	47540	
	С	3,8	3,0	3,5	3,6	
7	Э	6740	5430	6180	4910	
	Т	4630	5450	3970	4390	
	К	54350	44820	49570	48540	
	С	3,6	3,0	3,5	3,2	
8	Э	6530	5390	6080	4570	
	Т	4630	5450	3970	4390	
	К	54350	44820	49570	48540	
	С	3,0	3,4	2,7	4,0	
9	Э	6630	5570	6100	4570	
	Т	4270	5150	4170	3990	
	К	55370	43870	48800	47560	

№ билета	Параметры по системам распределения	Элементы приведенных затрат	СР №1	СР №2	СР №3	СР №4
		С	3,0	3,3	3,1	2,8
10		Э	6490	5290	5900	4380
		Т	4430	5250	3870	4790
		К	56750	45820	52540	48850
		С	4,3	3,7	3,9	3,2

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Левкин, Г.Г. Логистика распределения: учебное пособие / Г.Г. Левкин, Д.И. Заруднев. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 111 с. : схем., табл. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1621-1; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598538>
2. Логистика распределения: практикум / И.В. Жуковская, Ф.Ф. Галимулина, А.А. Лубнина, М.В. Леонова; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 84 с.: табл. - ISBN 978-5-7882-2397-1; То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560809> .

Дополнительная литература

1. Левкин, Г.Г. Логистика распределения: учебное пособие / Г.Г. Левкин. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. - 254 с.: табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9625-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484127>
2. Жигалова, В.Н. Логистика: учебное пособие / В.Н. Жигалова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - 2-е изд., доп. - Томск: Эль Контент, 2015. - 166 с. : схем., табл. - Библиогр.: с. 150. - ISBN 978-5-4332-0249-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480933>
3. Антошкина, А.В. Практикум по логистике: учебное пособие / А.В. Антошкина, А.А. Вазим; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Томск: ТУСУР, 2016. - 130 с.: ил. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480667>

Современные профессиональные базы данных

1. Профессиональная база данных по менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://sophist.hse.ru/data_access.shtml
2. Профессиональная база данных по менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Информационно-справочные системы

1. СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г.

Интернет-ресурсы

1. Библиотека учебной и научной литературы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sbiblio.com/biblio>
2. www.Grandars.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/finansy/> (На сайте публикуется информация, ориентированная в первую очередь на студентов экономических специальностей, специалистов по экономике, маркетингу, банковскому делу)
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>
4. Лаборатория дистанционного обучения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://distant.ioso.ru/>

5. Национальная энциклопедическая служба России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://terme.ru/about.html>
6. Российская научная сеть [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://intellect-invest.org.ua/rus/library/>
7. Словари и энциклопедии ON-Line [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/>
8. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/>
9. Тематический словарь Глоссарий. Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.glossary.ru/>
10. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fcior.edu.ru/>
11. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.ecsocman.edu.ru
12. Технология корпоративного управления. Раздел: Логистика. Материалы по логистике закупочной, сбытовой, транспортной, складской, запасов [Электронный ресурс] – Режим доступа: ITeam.Ru
13. Административно-управленческий портал. Раздел: Библиотека. Учебники по логистике. [Электронный ресурс] – Режим доступа: Aur.ru
14. Информационный портал по логистике, транспорту, таможне. Раздел: Исследования. [Электронный ресурс] – Режим доступа: LOGISTIC.RU
15. Справочник логиста, словарь, аналитика, форумы, каталог компаний. [Электронный ресурс] – Режим доступа: LogLink.ru
16. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
17. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU/. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>
18. Информационно-образовательный портал АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт». – Режим доступа: <https://www.portal.mosi.ru>

5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническую базу для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине составляют:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб.№ 215	Основное учебное оборудование: специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска). Технические средства обучения: переносной ноутбук, мультимедийный проектор, экран.	СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г., Windows 10 Education, Windows 8, Windows 7 Professional (Microsoft Open License), Office Standart 2007, 2010 (Microsoft Open License), Office Professional Plus 2016 (Microsoft Open License), Kaspersky Endpoint Security (Лицензия №17E0-171117-092646-487-711, договор №Tr000171440 от 17.07.2017 г.).
Помещение для самостоятельной работы 424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб.302	Основное учебное оборудование: специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска). Технические средства обучения: автоматизированные рабочие места, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационную образовательную среду организации	СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г. Windows 7 Professional (Microsoft Open License). Sys Ctr Endpoint Protection ALNG Subscriptions VL OLVS E 1Month AcademicEdition Enterprise Per User (Сублиц. договор № Tr000171440 17.07.2017). Office Proessional 2010 (Microsoft Open

		License). Архиватор 7-zip (GNU LGPL). Adobe Acrobat Reader DC (Бесплатное ПО). Adobe Flash Player (Бесплатное ПО).
--	--	--

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для подготовки к лекционным занятиям

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные для понимания темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

В ходе лекционных занятий необходимо:

– вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

– дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой – в ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

– подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю, составить план-конспект своего выступления, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью.

– своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании контрольных (РГР), курсовых и выпускных квалификационных работ.

Методические указания для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, обратить внимание на конспект лекций, разделы учебников и учебных пособий, которые способствуют общему представлению о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- 1й этап - организационный;
- 2й этап - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:
 - уяснение задания, выданного на самостоятельную работу;
 - подбор рекомендованной литературы;
 - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная её часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен

стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения выступления.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы обучающихся. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения и проследить их логику. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования. Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи план (простой и развернутый), выписки, тезисы. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План - это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект - это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект - это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект - это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Ввиду трудоемкости подготовки к семинару следует продумать алгоритм действий, еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Необходимо следить, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускать и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного.

Выступления других обучающихся необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях обучающихся, улавливать недостатки и ошибки. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом. Изучение студентами фактического материала по теме практического занятия должно осуществляться заблаговременно. Под фактическим материалом следует понимать специальную литературу по теме занятия, систему нормативных правовых актов, а также арбитражную практику по рассматриваемым проблемам. Особое внимание следует обратить на дискуссионные теоретические вопросы в системе изучаемого вопроса: изучить различные точки зрения ведущих ученых, обозначить противоречия современного законодательства. Для систематизации основных положений по теме занятия рекомендуется составление конспектов.

Обратить внимание на:

- составление списка нормативных правовых актов и учебной и научной литературы по изучаемой теме;
- изучение и анализ выбранных источников;
- изучение и анализ арбитражной практики по данной теме, представленной в информационно-справочных правовых электронных системах и др.;
- выполнение предусмотренных программой заданий в соответствии с тематическим планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы;

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для самостоятельной работы

Методика организации самостоятельной работы студентов зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, объема часов на ее изучение, вида заданий для самостоятельной работы студентов, индивидуальных особенностей студентов и условий учебной деятельности.

При этом преподаватель назначает студентам варианты выполнения самостоятельной работы, осуществляет систематический контроль выполнения студентами графика самостоятельной работы, проводит анализ и дает оценку выполненной работы.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа обучающихся в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций, выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;

- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
 - участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
 - участие в тестировании и др.
- Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время может состоять из:
- повторение лекционного материала;
 - подготовки к семинарам (практическим занятиям);
 - изучения учебной и научной литературы;
 - изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
 - решения задач, выданных на практических занятиях;
 - подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
 - подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
 - подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
 - выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
 - выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
 - проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов;
 - написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.
 - подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
 - подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
 - выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
 - выполнения выпускных квалификационных работ и др.
 - выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
 - проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов;
 - написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

Пронумеровано, прошнуровано и скреплено
печатью 57 лист 26

переводов силь
(количество листов пропущено)

Проректор по научной и образовательной
деятельности АНО ВО «Метр» персональный
открытый социальный институт

М.Л. Иванова

