

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 15.01.2026 17:58:58
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.27 Логистика сетевой торговли

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Логистика

(наименование образовательной программы)

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

*Близкая Наталья Владимировна., старший преподаватель кафедры
маркетинга и логистики*

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине (модулю) «Логистика сетевой торговли»

1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)

Таблица 1

Характеристика дисциплины (модуля)
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Логистика»
Количество разделов дисциплины	3
Часть образовательной программы	Часть, формируемая участниками образовательных отношений Б1.В.27
Формы текущего контроля	устный опрос, тестовые задания, практические задания, реферат, контроль знаний по разделу, индивидуальные задания
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4 ЗЕТ
Семестр	6
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная контактная работа:	74
Лекционные занятия	36
Консультации	2
Семинарские занятия	36
Самостоятельная работа	70
Контроль	-
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

<i>ПК-1.6: Обладает навыками использования методов ценообразования товаров, работ, услуг; организации и обоснования закупок, поставок и сбыта при осуществлении</i>	
Знать:	
ПК-1.6 З 1	логистические функции сетевой торговли
ПК-1.6 З 2	основные понятия, цели, принципы, сферы деятельности, варианты построения сетевых организаций, применяемые способы управления, принципы работы сетевых магазинов
ПК-1.6 З 3	методы ценообразования при осуществлении розничной сетевой торговли
Уметь:	
ПК-1.6 У 1	устанавливать цены на товары, работы, услуги в розничной сетевой торговле
ПК-1.6 У 2	анализировать с организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли
ПК-1.6 У 3	планировать и прогнозировать финансово-экономическую и хозяйственную деятельность сетевой торговой организации, оптимизировать плановые задания и обеспечить максимальную прибыль при минимальных затратах
Владеть:	
ПК-1.6 В 1	навыками анализа экономической деятельности розничных форматов торговли
ПК-1.6 В 2	методиками и методами расчета эффективности хозяйственной деятельности и использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов адаптированными для сетевой торговой организации
ПК-1.6 В 3	методами и инструментами планирования хозяйственной деятельности
<i>ПК-8.4: способен анализировать данные корпоративных информационных систем для повышения эффективности сетевой торговли</i>	
Знать:	
ПК-8.4.3 1	теоретические аспекты анализа данных корпоративных информационных систем
ПК-8.4.3 2	методы анализа данных корпоративных информационных систем в логистике сетевой торговли
ПК-8.4.3 3	принципы работы с базами данных в логистике сетевой торговли
Уметь:	
ПК-8.4.У 1	анализировать информацию о внутренних и внешних факторах, оказывающих влияние на развитие торговли
ПК-8.4.У 2	анализировать основные показатели деятельности сетевой торговой организации, выявлять недостатки и находить пути их устранения
ПК-8.4.У 3	обобщать, планировать и прогнозировать основные показатели деятельности предприятия сетевой торговли
Владеть:	
ПК-8.4.В 1	методикой анализа и построения организации и структуры управления ею
ПК-8.4.В 2	навыками анализа и планирования основных показателей деятельности организации сетевой торговли
ПК-8.4.В 3	методологией бюджетирования текущей хозяйственной деятельности сетевой торговой организации

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/ п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестр а	Код индикатора компетенци и	Наименование оценочного средства*
Раздел 1. Теоретические и исторические аспекты логистического подхода в сетевой торговле				
1	Тема 1. 1. История становления и развития СТ. Логистический подход в СТ	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, тестирование
2	Тема 1.2. Розничные торговые сети.	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, тестирование, рефераты, доклады
3	Тема 1. 3. Понятие торговых зон	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, контроль знаний по разделу
Раздел 2. Стратегии развития розничных сетей. Логистика и категорийный менеджмент ритейла				
4	Тема 2.1. Стратегии развития розничных торговых сетей.	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, практические задания, рефераты, доклады
5	Тема 2.2. Франчайзинг как логистический инструмент сетевой торговли.	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, практические задания, рефераты, доклады
6	Тема 2.3 Логистика и категорийный менеджмент ритейла.	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, рефераты, доклады контроль знаний по разделу
Раздел 3. Логистический менеджмент ритейла.				
7	Тема 3.1. Логистический менеджмент торгового предприятия.	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, практические задания, рефераты, доклады
8	Тема 3.2. Управление логистическими затратами.	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, практические задания, рефераты, доклады
9	Тема 3.3. Прогнозирование в логистике.	6	ПК-1.6, ПК-8.4	устный опрос, рефераты, доклады, контроль знаний по разделу

РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) «Логистика сетевой торговли»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы		Вид задания						
		СЗ			Всего за тему	КЗР	Р	ИЗ*
	ЛЗ	УО	ТЗ	РЗ				
Р.1.Т.1.1	1	1	1	-	3	15	7	10
Р.1.Т.1.2	1	1	1		3			
Р.1.Т.1.3	1	1			2			
Р.2.Т.2.1	1	1		3	5	15		
Р.2.Т.2.2	1	1		3	5			
Р.2.Т.2.3	1	1		3	5			
Р.3.Т.3.1	1	1		3	5	15		
Р.3.Т.3.2	1	1		3	5			
Р.3.Т.3.3	1	1		3	5			
Итого: 100б	9	9	2	18	38	45	7	10

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ - разноуровневые задания;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат;

ИЗ – индивидуальное задание

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится

индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Раздел 1. Теоретические и исторические аспекты логистического подхода в сетевой торговле

Тема 1. История становления и развития СТ. Логистический подход в СТ

1. Какую роль играет СТ в поставки ценностей потребителю?
2. Назовите причины существования таких посредников
3. Приведите определение розничной сети.
4. Как называют виды деятельности осуществляемые с потоком до данной организации, которые осуществляются после.
5. Каким операционным воздействиям может подвергаться товар проходя по цепи поставки
6. Как связаны цепь поставок и потребитель? Назовите участников цепи поставок.
7. Раскройте сущность логистического менеджмента в сетевой торговле. Назовите преимущества от тщательно спланированной цепи поставок.
8. Охарактеризуйте системы продвижения товаров по цепи поставок. Какие требования предъявляются при той или иной системе к процессу управления цепью поставок?
9. Охарактеризуйте роль ритейла в настоящее время. Потребность в каких ресурсах на данный момент стала наиболее значимой нежели ранее?
10. Чем обусловлены изменения в торговле?
11. Какие изменения произошли в потребительском поведении?
12. К каким изменениям привели выше озвученные перемены потребительского поведения?
13. К каким изменениям в логистике торговых предприятий ведут выше озвученные изменения в отрасли розничной торговли?
14. Назовите основную тенденцию преобразования логистики розничной торговли.
15. С помощью каких методов происходит усиление контроля розничной торговли над дистрибуцией и другими участниками цепи поставок?

16. В чем сущность реинжиниринга логистическим систем сетевой торговли?
17. Какие логистические функции выполняют сетевые структуры торговли?

Тема 2. Розничные торговые сети.

1. Раскройте понятие «концентрация ресурсов».
2. Приведите виды концентрации ресурсов в сфере товарного обращения.
3. Охарактеризуйте шесть типов торговых организаций, выделенных Ф. Котлером.
4. Раскройте понятие «розничная сеть»
5. Приведите логистические функции розничной торговли.
6. Приведите и раскройте этапы развития сетевой торговли в России.

Тема 3. Понятие торговых зон

1. Виды торговых зон.
2. Стратегии создания торговых зон.

Раздел 2. Стратегии развития розничных сетей. Логистика и категорийный менеджмент ритейла

Тема 4. Стратегии развития розничных торговых сетей.

1. Назовите способы развертывания розничной сети.
2. Проанализируйте эффективность данных способов ранжируя их по капиталоемкости, затратам времени, доли прибыли.
3. Как может происходить слияние и поглощение на рынке сетевой торговли. Приведите примеры.
4. Назовите успешные розничные стратегии российского рынка, приведите примеры.
5. Как происходит консолидация российского рынка розничной торговли?

Тема 5. Франчайзинг как логистический инструмент сетевой торговли.

1. Раскройте сущность франчайзинга в сетевой торговле.
2. Приведите и охарактеризуйте участников договора франчайзинга.
3. Какие факторы способствуют использованию франчайзинга малым предприятием.
4. Назовите критерии выбора франчайзера.
5. Какие услуги могут быть предложены по договору франчайзинга.
6. Приведите типичные виды нарушений договора франчайзинга, которые могут привести к штрафным санкциям.
7. В чем преимущества использования франчайзинга?
8. В чем недостатки франчайзинга?
9. Какие существуют виды франчайзинга в сфере торговли?
10. Приведите сравнительную характеристику видов франчайзинга.
11. Почему франчайзинг в сетевой торговле является логистическим инструментом?
12. Какие мероприятия могут входить в начальный пакет франчайзингового обслуживания?
13. Какие мероприятия входят в пакет постоянного обслуживания?
14. Охарактеризуйте франшизу в договоре франчайзинга.
15. Приведите примеры использования франчайзинга в ДНР.

Тема 6. Логистика и категорийный менеджмент ритейла.

1. Что представляет собой объект анализа логистики? Охарактеризуйте его.
2. Приведите определение Джозефа Кавинато (Joseph L. Cavinato) логистических аспектов процесса совершения покупки в ритейле.
3. Раскройте принципы эффективной закупки товара

4. Как можно реализовать на торговом предприятии выше озвученные принципы?
5. Назовите преимущества централизации организации логистики «на входе»
6. Назовите недостатки централизации организации логистики «на входе»
7. Раскройте гибкие методы координации закупочной логистики ритейла.
8. Как осуществляется разбивка ассортимента товара для эффективной организации закупки?
9. Охарактеризуйте логистику сетевой торговли фирмы «на выходе».

Раздел 3. Логистический менеджмент ритейла.

Тема 7. Логистический менеджмент торгового предприятия.

1. Охарактеризуйте возможные варианты автоматизации розничной торговли.
2. В чем недостатки автоматизации с помощью кассового регистратора в связке с персональным компьютером?
3. Раскройте автоматизацию розничной торговли с помощью POS- терминалов. Охарактеризуйте недостатки и преимущества.
4. Какие требования предъявляются к IT-технологиям?
5. Охарактеризуйте проблемы автоматизации логистического функционала розничной торговли.
6. Раскройте особенности штрихового кодирования в розничной торговле.
7. Роль электронного обмена данными в розничной сети.
8. Системы быстрого реагирования как инструмент оптимизации закупочного процесса.
9. Технология совместного использования данных.
10. Раскройте уровни применения информационных технологий в логистике розничной торговли.
11. Сущность и функции управления запасами в розничной торговле.
12. Охарактеризуйте управление прогнозированием продаж.
13. Охарактеризуйте управление поставками товаров.
14. Охарактеризуйте управление закупками.
15. Особенности управления логистической инфраструктурой.
16. Особенности управления логистическими затратами.
17. Управление складским хозяйством и транспортировка.
18. Транспортное хозяйство.

Тема 8. Управление логистическими затратами.

1. Сущность и особенности управления логистическими затратами.
2. Охарактеризуйте понятие «нормативы затрат».
3. Раскройте обязанности специалиста по логистике, курирующего управление логистическими затратами.
4. Учет логистических издержек по видам деятельности.
5. Раскройте направления эффективного анализа логистических издержек
6. Анализ общих издержек на логистику.
7. Анализ прибыльности рыночного сегмента.
8. Анализ издержек на логистику и доходы фирмы.
9. Контроль над логистическими издержками.

Тема 9. Прогнозирование в логистике.

1. Необходимость прогнозирования в логистике. Элементы прогноза.
2. Для чего в ритейлинге прогнозы продаж?

3. Из каких элементов складывается количественный прогноз продаж?
4. Методы прогнозирования продаж.
5. Информационное обеспечение прогнозирования.
6. Приведите основные отчеты формируемые информационной системой для целей логистики.
7. Охарактеризуйте категории автоматизации информационного обеспечения логистики сетевой торговли

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Логистика сетевой торговли».

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Раздел 1. Теоретические и исторические аспекты логистического подхода в сетевой торговле

Тема 1. История становления и развития СТ. Логистический подход в СТ

1. Какие пути концентрации ресурсов выделяют специалисты:
 - а) горизонтальная и вертикальная интеграции;
 - б) горизонтальная интеграция и диверсификация;
 - в) вертикальная интеграция и диверсификация;
 - г) горизонтальная и вертикальная интеграции, а также диверсификация.
2. В ходе какой интеграции происходит объединение нескольких магазинов в рамках одной компании с целью проведения консолидированных закупок товара у поставщиков и сбалансированной ценовой политики:
 - а) горизонтальная;
 - б) вертикальная;
 - в) диверсификация;
 - г) и в горизонтальной, и в вертикальной.
3. На каком этапе торгового капитала происходят вложения капитала в сопутствующие или смежные отрасли:
 - а) диверсификации;
 - б) концентрации;
 - в) внедрения;
 - г) распределения.
4. Какой ученый выделил шесть основных типов организаций, занимающихся розничной торговлей:
 - а) Лейн Келлер;
 - б) Питер Друкер;
 - в) Филипп Котлер;

г) Майкл Портер.

5. Сколько процентов всей розничной торговли в России приходится на различные сетевые структуры по данным журнала Progressive Grocer:

- а) 90%;
- б) 85%;
- в) 80%;
- г) 70%.

6. Розничная сеть – это:

а) основанная на логистических принципах торговая организация, которая объединяет в единую структуру специализированные магазины в виде отдельных строений, магазинов на территории крупных торговых центров или арендуемых отделов универмагов;

б) основанная на логистических принципах производственная организация, которая объединяет в единую структуру специализированные магазины;

в) основанная на логистических принципах торговая организация, которая объединяет в единую структуру оптовые магазины;

г) все ответы неверны.

7. Сколько денежных единиц нужно инвестировать, чтобы оборудовать кассовыми терминалами магазины площадью 400-600 кв. м.:

- а) несколько десятков тысяч рублей;
- б) несколько миллионов рублей;
- в) несколько миллиардов;
- г) несколько сотен тысяч рублей.

8. Что из перечисленного относится к требованию, которое розничные структуры предъявляют поставщикам:

- а) выполнение заказа как минимум на 90%;
- б) выполнение заказа как минимум на 95%;
- в) выполнение заказа как минимум на 98%;
- г) выполнение заказа как минимум на 99%.

9. Логическим следствием горизонтальной интеграции является:

- а) вертикальная интеграция;
- б) горизонтально-вертикальная интеграция;
- в) диверсификация;
- г) концентрация.

10. Какая из функций не относится к логистическим функциям сетевой торговли:

- а) тиражирование успешных розничных технологий;
- б) выстраивание более совершенных логистических систем;
- в) борьба за снижение уровня розничных цен;
- г) увеличивают длину цепочки поставок от производителя до конечного потребителя.

11. Что не относится к причинам существования СТ как посредника между производителем и потребителем :

- а) Преодоление расстояний;
- б) Перераспределение ассортимента;
- в) Устранение несоответствия между спросом и предложением;
- г) Логистические принципы организации СТ;
- д) Управление запасами товара.

12. Операционное воздействие, которому подвергается товар, проходя по цепи поставок, заключающееся в создании наборов разнородных товаров называется:

- а) комплектование;
- б) распределение;
- в) сортировка;
- г) накопление.

13. Операционное воздействие, которому подвергается товар, проходя по цепи поставок, заключающееся в делении партии однородных товаров на более мелкие, называется:

- а) комплектование;
- б) распределение;
- в) сортировка;
- г) накопление.

Тема 3. Понятие торговых зон

1. Как называется место, где непосредственно происходит купля-продажа товаров:

- а) производственная зона;
- б) торговая зона;
- в) оптовая зона;
- г) розничная зона.

2. По какому признаку торговые зоны различают на первичные, вторичные и третичные:

- а) по частоте посещения этих зон;
- б) по ширине цепочки от производителя до потребителя;
- в) по длине цепочки от производителя до потребителя;
- г) по высоте цепочки от производителя до потребителя.

3. В какой торговой зоне потребители наиболее часто посещают торговые объекты:

- а) третичной зоне;
- б) вторичной зоне;
- в) нулевой зоне;
- г) первичной зоне.

4. По какому признаку разделяют такие типы зон, как торговая зона ближних районов, районная торговая зона, торговая зона широкого охвата:

- а) плотности населения, являющимися поставщиками;
- б) плотности населения, являющимися инвесторами;
- в) плотности населения, являющимися потенциальными покупателями;
- г) плотности населения, являющимися потенциальными продавцами.

5. О какой торговой зоне идет речь «население не более 30 тыс. чел., торговые объекты расположены в пределах 10 минут ходьбы, где продаются продовольственные товары, товары кратковременного пользования и повседневного спроса»:

- а) торговая зона ближних районов;
- б) районная торговая зона;
- в) торговая зона широкого охвата;
- г) торговая зона узкого охвата.

6. Что, в первую очередь, нужно сделать перед принятием решения о размещении торговой точки:

- а) определить место открытия новой торговой точки;
- б) предусмотреть доступности объекта на автомобиле;
- в) провести анализ торговой зоны;
- г) рассчитать фактический объем продаж.

7. О какой стратегии в торговой зоне идет речь «эта стратегия определяет, каким образом проводить комбинированное вложение различных хозяйственных ресурсов: персонала, материальных ресурсов, денежных средств, информации»:

- а) стратегия широкого охвата;
- б) стратегия конкурентных магазинов;
- в) стратегия зоны доминирования;
- г) ни одна из стратегий не является верной.

8. Районная торговая зона объединяет несколько торговых зон ближнего квартала с населением:

- а) более 180 тыс. чел.;
- б) не более 30 тыс. чел.;
- в) от 30 до 60 тыс. чел.;
- г) от 60 до 90 тыс. чел.

9. Какой фактор в наибольшей степени влияет на количество посетителей торговой точки:

- а) ассортимент товара торговой точки;
- б) удобство расположения торговой точки;
- в) доступность к торговой точки на автомобиле;
- г) интерьер торговой точки.

10. Торговый центр – это:

- а) группа предприятий торговли, управляемых как единое целое и находящихся в одном здании или комплексе зданий;
- б) группа предприятий торговли, находящихся в разных зданиях;
- в) единичное предприятие;
- г) группа дочерних предприятий, которые не связаны между собой, но подчиняются главному предприятию.

2.3 Рекомендации по оцениванию результатов ситуационных заданий

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами изучаемой дисциплины и смежных дисциплин.
Хорошо	Кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией.
Удовлетворительно	Кейс решен правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.
Неудовлетворительно	Кейс не решен или решен неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению

	самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.
--	--

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ КЕЙС-ЗАДАЧА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 2. Стратегии развития розничных сетей. Логистика и категорийный менеджмент ритейла

Тема 4. Стратегии развития розничных торговых сетей.

Кейс «Материальные потоки в логистике»

Российская компания занимается поставками на рынок галантерейной продукции импортного производства. Поставки осуществляются из стран Западной Европы и Юго-Восточной Азии.

Товары из Западной Европы доставляются автомобильным и воздушным транспортом. Исполнителем контрактов по доставке выступает французская экспедиторская компания. Однако российская компания при исполнении своих контрактов экспедиторами ставит последним условие: совокупные расходы по доставке не должны превышать определенный процент от конечной цены товара в пункте назначения. Если указанный процент увеличивается, то компания

требует от экспедиторов снижения издержек. В частности, требует организовать доставку товара навалом, с последующей организацией упаковочных работ в России. Может потребовать также отказаться от дорогого воздушного транспорта и использовать его только при перевозке срочных грузов, подверженных конъюнктурным колебаниям (с точки зрения попадания в сезонные изменения моды). Такой товар довольно капризен и прогнозы его продажи часто не оправдываются. Это приводит к необходимости срочно корректировать схему размещения заказов.

Товары из Юго-Восточной Азии, как правило, менее подвержены колебаниям спроса и потому их доставляют крупными партиями. Грузы в Ригу поступают в контейнерах. В Риге контейнеры расформировывают, а груз отправляется железнодорожным транспортом в Москву. В Москву товары поступают на собственный склад компании. Основными клиентами являются небольшие магазины и отделы универмагов в Москве и в других регионах России. Как правило, клиенты забирают товар 2-3 раза в месяц, присылая свой автотранспорт, т.е. самовывозом. Собственного автотранспорта компания не имеет, поэтому для доставки партий товара крупным клиентам (сети магазинов, дилерам и т.д.) пользуется автотранспортом профессиональных перевозчиков.

При организации складских операций особое внимание компания уделяет сортировке и маркировке товаров. Каждому наименованию присваивается код, товары разбиты на группы, каждая имеет свое определенное место на складе.

При переходе на метод штрих-кодирования удалось сократить время выполнения заказов покупателей на 60%.

Отдела логистики в компании нет. Контролирует отгрузку товаров по Москве менеджер по продажам. В его обязанности также входит составление заказов поставщикам, выбор способов доставки товара в Москву, таможенная очистка.

По мнению компании, в области логистики самой большой проблемой является вопрос соотношения скорости и цены доставки. Эта проблема вытекает из того, что планировать спрос на подобного рода товар достаточно трудно.

Кроме того, высокая норма прибыли на эту группу товаров не позволяет судить о логистических расходах конкурентов. Рыночные наценки конъюнктурного характера так высоки, что невозможно реально оценить их расходы по доставке аналогичных товаров.

Задание: Оцените практику построения каналов распределения фирмой.

Тема 5. Франчайзинг как логистический инструмент сетевой торговли.

Кейс-ситуация по компании «Domino' Pizza».

«Пиццерия» - американская франчайзинговая компания, занимающаяся изготовлением и доставкой пиццы по заказам на дом. Цена пиццы- около 30 000 руб. при условии ее доставки в течение не более 30-39 минут и на 10 процентов ниже- в случае задержки. Доставка осуществляется на мототоллерах или автомобилях. Максимальный спрос на пиццу приходится на период с 16-30 до 20 часов.

Пиццерии работают в 75 странах мира в Северной и Латинской Америке, а также в Европе. Головной офис находится в США. Количество франчайзинговых компаний дошло до 5000 (в каждой стране количество торговых точек колеблется от 20 до 100). Годовой бюджет компании на рекламу составляет 5 млн. долларов.

В последние годы компанию преследовала череда крупных неприятностей: за 3 года погибли на дорогах в авариях во время доставки пиццы 11 мальчиков и девочек в возрасте от 11 до 20 лет. Все аварии произошли в 3 штатах США.

Вице-президент компании, ответственный за связи с общественностью, в интервью с журналистами необдуманно сказал , что по сравнению с сотнями миллионов продаваемых фирмой пицц, смерть 11 человек не столь важное(серьезное) событие.

Реакция со стороны общественности последовала молниеносная. Журналисты выяснив, что в компании существует система снижения цен на 10 процентов в случае несвоевременной доставки пиццы, заявили, что именно она виновна в гибели молодых людей. Domino'Pizza в прессе все чаще стали называть «компанией-убийцей». Ее репутация находилась под серьезной угрозой.

Родители погибших подростков объединились в группу "Мы против Domino'Pizza" и отказались от компенсаций компании в размере 500 000 долларов за каждого убитого ребенка.

Вопросы:

- 1. Что представляет собой франчайзинговая компания?**
- 2. Сформулируйте основные проблемы, стоящие перед Domino' Pizza.**
- 3. Какие пути решения этих проблем Вы видите? Опишите необходимые, на ваш взгляд, изменения в системе маркетинга компании.**

Все предложения должны быть оценены Вами с точки зрения финансовых затрат на их реализацию.

Раздел 3. Логистический менеджмент ритейла.

Тема 7. Логистический менеджмент торгового предприятия.

Кейс «Организация логистической деятельности в компании»

Организация логистической деятельности в российском филиале компании «Ив Роше» - «Ив Роше Восток»

«Ив Роше Восток» является дочерним филиалом французской парфюмерно-косметической компании, основное производство которой расположено на севере Франции. Отличительной особенностью продукции марки «Ив Роше» является ее изготовление на основе растительных компонентов.

Товар, поставляемый в Россию, относится к французской языковой группе, т.е. вся информация о товаре на этапе производства наносится на французском языке. Адаптация к продаже на российском рынке (печать наклеек на русском языке и этикеток) производится на складе ООО «И.Р. Восток».

Схема поставки продукции

Планирование производства во Франции осуществляется на основе централизованного заказа продукции исходя из потребностей всех филиалов компании,

относящихся к одной языковой группе. Всего тот или иной товар производится два раза в месяц. Корневой каталог системы запросов на поставки затрагивает следующие вопросы:

- резервирование поставок по объемам;
- подтверждение доставки;
- состояние по подготовке отгрузок;
- отслеживание доставки по получателям;
- прогнозы поставок на пять недель;
- список поставок в заданный период времени;
- список всех поставок по получателям;
- сравнение зарезервированных к поставке объемов с поставленными объемами и с недопоставками.

Каталог запросов на данный товар содержит следующую информацию:

- общие данные;
- товарный прогноз;
- товарный запас по дистрибьюторским центрам;
- товарный запас по заводам;
- планы отгрузок с заводов;
- поиск товара, аналогичного запрашиваемому.

В соответствии с компьютерной системой фирмы «Ив Роше» во Франции каждый филиал компании, включая российский, должен посылать еженедельно (в конце недели, в пятницу) в систему следующие данные:

- текущий уровень товарного запаса по каждому артикулу товара;
- количество заказываемого товара;
- количество зарезервированного заказчиком товара (равное или меньшее количеству заказываемого товара - в случае отсутствия товара на складе);
- количество отгруженного товара за прошедший период (одна неделя);
- прогнозы продаж на 30 недель по неделям.

В систему вносится также информация об общем времени доставки товара с завода изготовителя до дистрибьюторского склада филиала (в данном случае в России).

В случае России это:

- одна неделя на обработку заказа, на отгрузку товара с завода на транзитный склад «Ив Роше», расположенный недалеко от места производства, в Пиприаке (Франция);
- одна неделя на консолидирование грузов, поступающих для данного филиала, консолидирование груза, подготовка транспортных документов и отгрузка;
- от одной недели до десяти дней - время транспортировки из Франции с транзитного склада до дистрибьюторского склада в российском филиале (Московская область);
- от одного до трех дней на таможенную очистку товара;
- три дня на приемку товара на складе в России, включая поштучный его пересчет и переклейку этикеток, составление приемного акта и передачу его в головной офис российского филиала для ведения в бухгалтерскую систему.

Итого четыре недели.

Информационной системе в центре, во Франции, задается оптимальный уровень товарных запасов для данного филиала (в том числе и российского). В настоящее время он составляет пять недель продаж и включает все товары, находящиеся в системе с момента отгрузки филиалу французским заводом.

Важным параметром системы, который задается для каждого артикула (наименования) товара, является его минимальное количество, которое завод отгружает в адрес филиала, как только система выдает рекомендацию о пополнении товарных запасов. При этом завод отгружает в адрес филиала партию товара (как только система констатирует малейший его дефицит), равную мини-

мальному количеству товара, заданному в системе.

Система распределения товара

Используемая предприятием система сбыта имеет всего один распределительный центр - дистрибьюторский склад фирмы, с которого осуществляется отгрузка товара всем заказчикам.

Склад расположен в Московской области, что позволяет без затруднений осуществлять завоз или вывоз товара как маленькими фургонами, так и большими трейлерами. Рядом со складом расположены таможенные посты Московской региональной таможни и Центральной акцизной таможни. Это позволяет

оперативно производить таможенную очистку грузов, поступающих в адрес ООО «Ив Роше Восток». Продукция и различного рода материалы рекламного характера растамаживаются на посту Московской региональной таможни. Мебель поступающая из Франции для оборудования фирменных магазинов «Ив Роше», - на таможенном Центральной акцизной таможни. 95% всех поступлений грузов проходит таможенную очистку «с колес».

Общая площадь склада составляет 2500 куб. м. Тип хранения – стеллажный в четыре яруса. Первые два яруса оборудованы под зону пикинга, в которой на всем протяжении склада осуществляется поштучный отбор товара. Подготовка части заказа, содержащей количество товара, кратное стандартному, содержащемуся в одной баркетке (коробке), подбираются с третьего и четвертого уровня стеллажей. Эти же уровни используются для хранения товара. После подборки заказа в специальной контрольной зоне осуществляется проверка правильности подборки заказа с одновременной его упаковкой для транспортировки. Перед отправкой склад формирует товарно-транспортную накладную, содержащую окончательные данные по товару, подготовленному к отгрузке, и отправляет ее по электронной почте в центральный офис. Центральный офис формирует счет-фактуру и передает ее на склад. Таким образом, товар отгружается по счет-фактуре.

Доставка товара с дистрибьюторского склада франчайзинговым партнерам осуществляется на условиях самовывоза. Доставка товара в магазины российского филиала осуществляется арендованным транспортом.

Такая распределительная система не отвечает многим логистическим принципам, на которых должны строиться системы распределения с точки зрения оптимизации потоков, т.е. эта система не способствует максимизации прибыли предприятия. Система с одним распределительным центром имеет (по крайней мере, в описанном) случае как положительные, так и отрицательные стороны.

Задание:

На основании данной информации укажите два-три положительных и отрицательных момента функционирования действующей системы.

Дайте свои предложения по оптимизации схем доставки и распределения товаров «Ив Роше Восток»

Тема 8. Управление логистическими затратами.

Кейс «Проблемы фармацевтической компании»

Российское предприятие занимается поставками фармацевтической продукции, в том числе и из-за рубежа. На каждую партию закупаемого за границей товара фирма обязана получить лицензию на ввоз, которая согласуется с Минздравом России. Однако это необходимое действие часто остается «за кадром» деловой активности фирмы, так как нет сотрудника, который занимался бы конкретно именно этим.

Обычно благодаря активности генерального директора фирме удается получить в Минздраве госзаказ на поставку партии медикаментов для крупных лечебных центров. Это очень выгодно. Получив заказ на поставку медикаментов, фирма, однако, обнаруживает, что на складе их нет и надо срочно закупать их за рубежом. Но, как указывалось выше, для этого нужна лицензия, согласованная с Минздравом. Процесс получения лицензии на ввоз занимает не менее 2 месяцев и примерно 2—3 недели — ее регистрация в таможенных органах.

Очень часто, еще до получения лицензии, фирма «дает добро» иностранному партнеру на отгрузку закупаемых медикаментов, тот, в свою очередь, загружает и отправляет автотранспорт в Россию. Автомобиль уже в пути или даже на таможне на границе, а полного комплекта разрешительных документов еще нет. Трое суток автомобиль на пограничном таможенном пункте стоит бесплатно (не считая простоя собственно транспортного средства), а затем таможенники начинают начислять штрафы за каждый день простоя. Если это происходит зимой, могут испортиться некоторые лекарства. В этой ситуации приходится использовать неформальные отношения.

Другую проблему при поставках медикаментов данной компанией составляет воровство. Может пропасть автотранспорт вместе с водителем. При этом выясняется, что груз в целях экономии не был застрахован, хотя его общая стоимость достигает 300 тыс. долл. В принципе напрашивается вопрос о вооруженной охране, но об этом никто не думает.

Наконец, лекарственные препараты попадают на склад фирмы. Это должен быть специальный склад, имеющий лицензию на специальное хранение режимных грузов (товаров, требующих особого режима хранения). Однако склад фирмы режимным требованиям не отвечает, так как лицензия была получена в обход правил. В результате фирма продолжает терпеть убытки.

Но в фирме нет никого, кто постоянно занимался бы логистикой, и названный круг проблем решается кем угодно: от генерального директора до временно принятого на работу секретаря.

Задание. Составьте план стратегических действий по организации и упорядочению логистической деятельности в фирме.

Тема 9.

КЕЙС «Стратегия логистики»

Вице-президент компании «Сквайр автопартс» ознакомился с докладом начальника отдела логистики, в котором говорилось, что с целью снижения логистических издержек необходимо отказаться от собственного парка автотранспорта и использовать автомобили транспортных компаний для поставок продукции. Анализ цен показал, что да, это может снизить издержки логистике. Но вице-президент подумал о другом - до какой степени снижение логистических издержек может перевесить вопрос возможного ухудшения качества и сроков доставки товаров в случае перехода на исполнение заказов автомобилями транспортных фирм.

Компания «Сквайр» является дистрибьютером автозапчастей, включая фильтры, свечи, масленки, амортизаторы, стеклоочистители. Компания имеет собственные склады в городах Кливленд и Омаха и склады в Атланте, Далласе и Лос-Анджелесе. Собственный автопарк компании начал формироваться с 1965 года и в настоящий момент состоит из 25 тягачей и 75 трейлеров (прицепов). Основная задача автопарка - это транспортировка продукции на склады оптовым покупателям.

«Сквайр» весь свой автопарк содержит по договору лизинга с компанией «Рент ЮС Трак Лизинг Ко.». В прошлом месяце указанная лизинговая компания предложила «Сквайр» осуществлять доставку ее продукции на основе транспортировки автомобилями фирмы «Рент ЮС», а не на основе лизинга автотранспорта. При этом «Рент ЮС» выкупает обратно у компании «Сквайр» свой автопарк, переданный ранее в лизинг, по остаточной себестоимости автотранспортных средств, то есть почти бесплатно, так как остаток арендной платы по автотранспорту, находящемуся в лизинге у «Сквайр», минимален. В то же время «Рент ЮС» обязуется в течение 3 лет обеспечивать приоритетное внимание грузам «Сквайр» и осуществлять доставку 45% ее продукции по ценам перевозки ниже рыночной - 1,19 доллара за милю, в то время как по информации сотрудников отдела логистики, средняя цена рынка автоперевозок с настоящим момент составляет 1,26 доллара за милю.

В соответствии с докладом начальника отдела логистики, предложение «Рент ЮС» отказаться от арендованных грузовиков и перейти на перевозки автотранспортом этой фирмы позволит компании «Сквайр» экономить на логистических операциях 105 тыс. долларов ежегодно.

Казалось бы, предложение стоящее, но вице-президента смущало другое. Компания «Сквайр» арендовала грузовые автотранспортные средства без водительского состава. Водители были собственно рабочими «Сквайр», членами профсоюза рабочих фирмы. За 30 лет ни разу не было забастовки. Отношения между водителями и менеджерами по логистике были хорошие. Водители помогали разгружать и загружать грузовики, что также ценилось заказчиками.

Руководитель автопарка компании «Сквайр» в своем отчете отмечал, что эксплуатация арендованного автопарка дает много преимуществ, которые не поддаются просто количественному анализу. Это полный контроль за перевозками, гибкость управления процессом транспортировки, помощь водителей в погрузочно-разгрузочных работах персоналу складов, возможность на 100% соблюдать сроки доставки, определяемые клиентурой.

Задание: какое решение должен принять вице-президент по логистике и почему?

2.4. Рекомендации по оцениванию рефератов.

Максимальное количество баллов - 7	Критерии
Отлично - 7-6 баллов	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо – 5-4 балла	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.

Удовлетворительно – 3 балла	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно – 2 и менее баллов	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Теоретические и исторические аспекты логистического подхода в сетевой торговле

Тема 2. Розничные торговые сети.

1. Форматы розничной торговли.
2. Классификация торговых организаций.
3. Состояния рынка ритейла. Перспективы и прогнозы.

Тема 3. Понятие торговых зон

4. Проблемы развития сетевой структуры при работе по децентрализованной системе управления.
5. Описать структуру сетевого предприятия действующую по системе жесткой централизации с описанием видов ответственности подразделений.

Раздел 2. Стратегии развития розничных сетей. Логистика и категорийный менеджмент ритейла

Тема 4. Стратегии развития розничных торговых сетей.

6. Автоматизация как необходимое условие управления сетевой структурой торговли.
7. Требования к программному обеспечению для автоматизации торгового предприятия.

Тема 5. Франчайзинг как логистический инструмент сетевой торговли.

8. Проблемы автоматизации предприятий торговли в России.
9. Особенности структуры автоматизации торговой сети.

Тема 6. Логистика и категорийный менеджмент ритейла.

10. Структура отдела закупок при сетевом принципе развития торгового предприятия.

11. Особенности управления запасами в сетевом предприятии.

Раздел 3. Логистический менеджмент ритейла.

Тема 7. Логистический менеджмент торгового предприятия.

12. Особенности ассортиментной матрицы сетевого розничного предприятия.

13. Преимущества сетевого розничного предприятия при заключении договоров поставки.

Тема 8. Управление логистическими затратами.

14. Формирование логистической инфраструктуры торгового предприятия.

Тема 9. Прогнозирование в логистике.

15. Управление информационными технологиями в логистике розничной торговли.

2.5. Рекомендации по оцениванию результатов контроля знаний.

Максимальное количество баллов -15*	Критерии
Отлично -15-13 баллов	Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
Хорошо- 12-9 баллов	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа

Удовлетворительно – 8-5 баллов	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
Неудовлетворительно – 4 и менее баллов	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе

* Представлено в таблице 2.1.

Задания к контролю знаний по разделу 1

Вариант 1

1. Дайте определение терминам
 - 1.1 ритейлинг;
 - 1.2 реинжиниринг;
 - 1.3 розничная сеть.
2. Раскройте преимущества от хорошо спланированной цепи поставок в сетевой торговле.
3. Представьте этапы развития сетевой торговли в РФ.

Вариант 2

1. Дайте определение терминам
 - 1.1 сетевая торговля;
 - 1.2 дистрибьютор;
 - 1.3 диверсификация
2. Охарактеризуйте структурные изменения внешней среды СТ.
3. Логистические функции сетевой торговли

Задания к контролю знаний по разделу 2

Вариант 1

1. Дайте определение терминам
 - 1.1 Первичная торговая зона;
 - 1.2 Мерчандайзинг;
 - 1.3 Франчайзи.
2. Раскройте успешные розничные стратегии российского рынка
3. Охарактеризуйте виды франчайзинга, их недостатки и преимущества.

Вариант 2

1. Дайте определение терминам
 - 1.1 вторичная торговая зона;
 - 1.2 франчайзинг;
 - 1.3 франчайзер.
2. Логистика СТ «на входе»
3. Приведите и охарактеризуйте стратегии в розничной сети.

Задания к контролю знаний по разделу 3

Вариант 1

4. Дайте определение терминам
 - 4.1 POS-терминал;
 - 4.2 электронный обмен данными;
 - 4.3 шопфитинг
5. Раскройте особенности управления логистическими затратами.
6. Охарактеризуйте контроль над логистическими издержками.

Вариант 2

1. Дайте определение терминам
 - 1.1 универсальный штрихкод;
 - 1.2 товароборот склада;
 - 1.3 коэффициент неликвидов.
4. Логистика СТ «на входе»
5. Информационное обеспечение прогнозирования в логистике сетевой торговли.

2.6. Рекомендации по оцениванию результатов индивидуальных заданий

Максимальное количество баллов - 10	Критерии
Отлично -10-8 баллов	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо – 7-5 балла	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется

	<p>смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки.</p> <p>Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.</p>
Удовлетворительно – 4-3 балла	<p>Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.</p>
Неудовлетворительно – 2 и менее баллов	<p>Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.</p>

Темы эссе

1. Значение, цели и задачи логистики сетевой торговли.
2. Перемены и проблемы логистики розничных продаж.
3. Задачи логистики в системе розничных продаж.
4. Задачи логистики в системе оптовых продаж.
5. Преобразование цепи поставок в розничных продажах.
6. Роль провайдеров логистических услуг
7. Логистические функции сетевой торговли
8. Актуальные логистические проблемы сетевой торговли
9. Основные стратегии развертывания розничной сети
10. Франчайзинг как ключевой инструмент наращивания сети
11. Логистические процессы и субъекты логистики сетевой торговли.
12. Проблема автоматизации логистического функционала розничных торговцев
- лияние и поглощение на рынке розничной торговли
13. Успешные розничные стратегии российского рынка.
14. Управление складским хозяйством и транспортировка
15. Функциональный цикл логистики торгового предприятия.

16. Логистические функции розничной торговли.
17. Логистический сервис в торговле.
18. Размещение розничной торговой сети.
19. Логистические характеристики товарного ассортимента.
20. Логистические технологии обработки грузов в распределительных центрах.
21. Особенности применения моделей управления запасами на предприятиях розничной торговли.
22. Системы идентификации товаров.
23. Роль сетевой розничной торговли в экономике страны.
24. Частная торговая марка как ассортиментная инновация.
25. Распределительные центры (РЦ) и предпосылки их появления.
26. Логистические технологии обработки грузов в РЦ. «Push» и «pull» стратегии в розничной торговле.
27. Проблемы применения концепции ECR – «эффективного взаимодействия с покупателем».
28. Особенности применения моделей управления запасами на предприятиях розничной торговли.
29. Страховой запас: понятие, функции.
30. Место оптовых посредников в цепях поставок.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Тема 1.

- 1 Роль сетевой торговли в поставке ценностей потребителю, ее сущность. Причины существования таких посредников.
- 2 Как связаны цепь поставок и потребитель? Назовите участников цепи поставок.
- 3 Раскройте сущность логистического менеджмента в сетевой торговле. Назовите преимущества от тщательно спланированной цепи поставок.
- 4 Охарактеризуйте системы продвижения товаров по цепи поставок. Какие требования предъявляются при той или иной системе к процессу управления цепью поставок?
- 5 Охарактеризуйте роль ритейла в настоящее время. Потребность в каких ресурсах на данный момент стала наиболее значимой нежели ранее?
- 6 Чем обусловлены изменения в торговле? Какие изменения произошли в потребительском поведении? Назовите основную тенденцию преобразования логистики розничной торговли.
- 7 С помощью каких методов происходит усиление контроля розничной торговли над дистрибуцией и другими участниками цепи поставок?
- 8 В чем сущность реинжиниринга логистическим систем сетевой торговли?
- 9 Какие логистические функции выполняют сетевые структуры торговли?

Раздел 1. Тема 2.

- 10 Раскройте понятие «концентрация ресурсов».
- 11 Приведите виды концентрации ресурсов в сфере товарного обращения.
- 12 Охарактеризуйте шесть типов торговых организаций, выделенных Ф. Котлером.
- 13 Раскройте понятие «розничная сеть»
- 14 Приведите логистические функции розничной торговли.
- 15 Приведите и раскройте этапы развития сетевой торговли в России.

Раздел 1. Тема 3.

- 16 Виды торговых зон.
- 17 Стратегии создания торговых зон.

Раздел 2. Тема 4.

- 18 Назовите способы развертывания розничной сети.
- 19 Проанализируйте эффективность способов развертывания розничной сети ранжируя их по капиталоемкости, затратам времени, доли прибыли.
- 20 Как может происходить слияние и поглощение на рынке сетевой торговли. Приведите примеры.

- 21 Назовите успешные розничные стратегии российского рынка, приведите примеры.
- 22 Как происходит консолидация российского рынка розничной торговли?

Раздел 2. Тема 5.

- 23 Раскройте сущность франчайзинга в сетевой торговле.
- 24 Приведите и охарактеризуйте участников договора франчайзинга.
- 25 Какие факторы способствуют использованию франчайзинга малым предприятием.
- 26 Назовите критерии выбора франчайзера.
- 27 Какие услуги могут быть предложены по договору франчайзинга.
- 28 Приведите типичные виды нарушений договора франчайзинга, которые могут привести к штрафным санкциям.
- 29 В чем преимущества использования франчайзинга?
- 30 В чем недостатки франчайзинга?
- 31 Какие существуют виды франчайзинга в сфере торговли?
- 32 Приведите сравнительную характеристику видов франчайзинга.
- 33 Почему франчайзинг в сетевой торговле является логистическим инструментом?
- 34 Какие мероприятия могут входить в начальный пакет франчайзингового обслуживания?
- 35 Какие мероприятия входят в пакет постоянного обслуживания?
- 36 Охарактеризуйте франшизу в договоре франчайзинга.
- 37 Приведите примеры использования франчайзинга в ДНР.
- 38 Раскройте сущность франчайзинга в сетевой торговле.

Раздел 2. Тема 6.

- 39 Что представляет собой объект анализа логистики? Охарактеризуйте его.
- 40 Приведите определение Джозефа Кавинато (Joseph L. Cavinato) логистических аспектов процесса совершения покупки в ритейле.
- 41 Раскройте принципы эффективной закупки товара
- 42 Как можно реализовать на торговом предприятии выше озвученные принципы?
- 43 Назовите преимущества централизации организации логистики «на входе»
- 44 Назовите недостатки централизации организации логистики «на входе»
- 45 Раскройте гибкие методы координации закупочной логистики ритейла.
- 46 Как осуществляется разбивка ассортимента товара для эффективной организации закупки?
- 47 Охарактеризуйте логистику сетевой торговли фирмы «на выходе».
- 48 Что представляет собой объект анализа логистики? Охарактеризуйте его.

Раздел 3. Тема 7.

- 49 Охарактеризуйте возможные варианты автоматизации розничной торговли.
- 50 В чем недостатки автоматизации с помощью кассового регистратора в связке с персональным компьютером?
- 51 Раскройте автоматизацию розничной торговли с помощью POS-терминалов. Охарактеризуйте недостатки и преимущества.
- 52 Какие требования предъявляются к IT-технологиям?
- 53 Охарактеризуйте проблемы автоматизации логистического функционала розничной торговли.
- 54 Раскройте особенности штрихового кодирования в розничной торговли.
- 55 Роль электронного обмена данными в розничной сети.
- 56 Системы быстрого реагирования как инструмент оптимизации закупочного процесса.
- 58 Технология совместного использования данных.
- 59 Раскройте уровни применения информационных технологий в логистике розничной торговли.
- 60 Сущность и функции управления запасами в розничной торговли.
- 61 Охарактеризуйте управление прогнозированием продаж.
- 62 Охарактеризуйте управление поставками товаров.
- 63 Охарактеризуйте управление закупками.
- 64 Особенности управления логистической инфраструктурой.
- 65 Особенности управления логистическими затратами.
- 66 Управление складским хозяйством и транспортировка.
- 67 Транспортное хозяйство.

Раздел 3. Тема 8.

- 68 Охарактеризуйте управление прогнозированием продаж.
- 69 Охарактеризуйте управление поставками товаров.
- 70 Охарактеризуйте управление закупками.
- 71 Особенности управления логистической инфраструктурой.
- 72 Особенности управления логистическими затратами.
- 73 Управление складским хозяйством и транспортировка.
- 74 Транспортное хозяйство.
- 75 Охарактеризуйте управление прогнозированием продаж.
- 76 Охарактеризуйте управление поставками товаров.

Раздел 3. Тема 9.

- 77 Необходимость прогнозирования в логистике. Элементы прогноза.
- 78 Для чего в ритейлинге прогнозы продаж?
- 79 Из каких элементов складывается количественный прогноз продаж?
- 80 Методы прогнозирования продаж.
- 81 Информационное обеспечение прогнозирования.
- 82 Приведите основные отчеты формируемые информационной системой для целей логистики.