



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

 Л.О. Коршенко

10 июня 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
маркетинга, коммерции и логистики

 И.М. Романова

10 июня 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Коммерческая логистика

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

профили «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения

сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров»,

«Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»,

«Товарный менеджмент»

Форма подготовки очная / заочная

курс 2 / 3 семестр 4 /

лекции 18 / 6 час.

практические занятия 36 / 10 час.

лабораторные работы час.

в том числе с использованием МАО лек. / пр. 18 / 4 / лаб. час.

всего часов аудиторной нагрузки 54 / 16 час.

в том числе с использованием МАО 18 / 4 час.

самостоятельная работа 90 / 128 час.

в том числе на подготовку к зачету / 4 час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект

зачет 4 семестр / 3 курс

экзамен

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 04 декабря 2015 г. № 1429

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики, протокол № 7/1 от 10 июня 2016 г.

Заведующий кафедрой: Романова И.М.

Составители: старший преподаватель Савостина С.Е., канд. филол. наук, доцент Локша А.В.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20 г. № _____
Заведующая кафедрой _____ И.М. Романова
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 200 г. № _____
Заведующая кафедрой _____ И.М. Романова
(подпись) (И.О. Фамилия)

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Коммерческая логистика»

Учебный курс «Коммерческая логистика» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.07 Товароведение, профилей «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров», «Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности», «Товарный менеджмент».

Дисциплина «Коммерческая логистика» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Для очной формы обучения учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (90 часов); дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Для заочной формы обучения учебным планом предусмотрены лекционные занятия (6 часов), практические занятия (10 часов, в том числе МАО 4 часа), самостоятельная работа студентов (128 часов, в том числе 4 часа на подготовку к зачету); дисциплина реализуется на 3 курсе.

Дисциплина «Коммерческая логистика» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Экономическая теория», «Менеджмент», «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Экономика и управление на предприятии», «Организация и управление коммерческой деятельностью», «Формирование ассортимента товаров», «Основы маркетинга», «Основы логистики», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Рынок продовольственных товаров» / «Рынок потребительских товаров», «Основы внешнеэкономической деятельности», «Технология хранения и транспортирования продовольственных товаров и сырья» / «Технология хранения, транспортирования и упаковывания потребительских товаров».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Концептуальные основы и понятийный аппарат логистики: понятие, объект, предмет, цель и задачи логистики; различные трактовки сущности логистики; понятие логистики применительно к сфере торговли; особенности применения логистики в управлении движением потребительскими товарами; три аспекта логистики как экономической категории; принципы логистического управления (отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного); системный подход в логистике; логистические операции и функции в торговле, их классификация; понятие торговой логистики; классификация логистических операций в торговле; логистический процесс в торговле.

2. Функциональный комплекс логистики и области ее применения: сущность логистики закупок, её цель и задачи в коммерческой деятельности торговых предприятий; необходимость логистической оптимизации закупочной деятельности; сущность, цель, задачи и основные положения логистики производства; отличие логистической концепции организации производства от традиционной; способы управления материальными потоками в рамках внутрипроизводственных систем; сущность понятий «распределение», «физическое распределение», «сбыт»; понятие логистики распределения в торговле, её цель и задачи.; виды распределения; логистические цепи и каналы, их отличие; характеристика каналов распределения, их функции; понятие, цель и задачи логистики транспорта; выбор наиболее экономичного вида транспорта и эффективное использование транспортных средств; преимущества и недостатки основных видов транспорта; выбор наиболее выгодных маршрутов движения автотранспорта; виды перевозок; устранение нерациональных перевозок; понятие складов, их классификация; роль и назначение складов в организации деятельности торговых предприятий; склады логистики снабжения, производства, и распределения; функции складов; логистический

процесс на складе торгового предприятия; роль, понятие и функции запасов в логистической системе торговли; классификация запасов; логистические концепции управления запасами товаров.

3. Администрирование логистической деятельности в торговле: понятие администрирования логистической системы; функции администрирования логистических систем; этапы построения логистических систем; концепция интегрированной логистики; четыре измерения логистической интеграции; базовые концепции/технологии логистики; концепция управления цепями поставок; понятие логистического менеджмента и его основные направления; понятие логистической стратегии; этапы разработки логистической стратегии; виды логистических стратегий; понятие логистического аутсорсинга; понятие логистического аудита; методическое обеспечение логистического аудита; последовательность проведения логистического аудита; формирование проектной команды для проведения логистического аудита; порядок проведения обследования; систематизация и обработка материалов обследования для последующего анализа; анализ материалов аудита для оценки эффективности логистики; понятие контроллинга логистических бизнес-процессов, его виды; функции и содержание контроллинга; последовательность разработки и реализации процедуры контроллинга; информационные потоки и информационные системы в логистике; принципы построения логистических информационных систем; виды логистических информационных систем; интеграция логистических информационных систем; место и роль информационных систем и технологий в логистике.

Цель – сформировать у студентов систему знаний и навыков планирования, организации и управления материальными и сопутствующими информационными потоками на основе интеграции функциональных областей логистики, а именно, транспортной, закупочной, сбытовой, складской деятельности и управления запасами.

Задачи:

- изучение принципов логистического управления материальными и информационными потоками на предприятии;
- овладение логистическими подходами и методами для повышения эффективности движения материальных и информационных потоков;
- выработка навыков выявления, анализа, предупреждения и сокращения логистических затрат, связанных с управлением материальными и информационными потоками в рамках деятельности предприятия;
- формирование у студентов понимания принципов логистического подхода к решению задач по минимизации всех видов ресурсов, обеспечивающих функционирование материального потока на предприятии.

Для успешного изучения дисциплины «Коммерческая логистика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях;
- способность использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач;
- способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств;
- умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

- способность организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности;

- знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 системное представление об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров	Знает	организационные и управленческие функции логистических систем и цепей поставок товаров
	Умеет	организовывать и управлять логистическими системами и поставкой товаров
	Владеет	логистическим подходом к организации и управлению движением товаров
ПК-15 умение работать с товаросопроводительными документами, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров, оформлять документацию по учету торговых операций, использовать современные информационные технологии в торговой деятельности, проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей	Знает	логистические подходы к организации поставки товаров
	Умеет	контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров и оформлять документацию по учету логистических операций
	Владеет	навыками работы с товаросопроводительными документами, оформления документации по учету логистических операций, современными информационными технологиями в логистической деятельности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммерческая логистика» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), кейсы, деловые игры.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

РАЗДЕЛ I. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ ЛОГИСТИКИ (6 /2 час.)

Тема 1.1 Введение в логистику (2 / 0,6 час.)

Понятие, объект, предмет, цель и задачи логистики. Различные трактовки сущности логистики. Понятие логистики применительно к сфере торговли. Особенности применения логистики в управлении движением потребительскими товарами. Факторы, обусловившие необходимость применения логистики в сфере экономики. Этапы развития и становления логистики. Объекты исследования логистики. Классификационные признаки видов логистики. Виды логистики по функциональному признаку. Задачи, решаемые в рамках каждого вида логистики. Виды логистики в зависимости от уровня структурной иерархии. Виды логистики в зависимости от сферы ее применения. Роль логистики на предприятии.

Тема 1.2 Основы логистического управления в торговле (2 / 0,7 час.)

Три аспекта логистики как экономической категории. Принципы логистического управления (отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного). Системный подход в логистике. Уровни логистического управления. Роль логиста в коммерческой деятельности торгового предприятия. Функции и функциональные обязанности логиста на предприятии торговли. Этапы создания логистической службы на предприятии. Эффективность применения логистики в деятельности торговых предприятий. Проблемы развития логистики в коммерческой деятельности торговых предприятий.

Тема 1.3 Принципы логистической оптимизации процесса товародвижения (2 / 0,7 час.)

Логистические операции и функции в торговле, их классификация. Понятие торговой логистики. Классификация логистических операций в

торговле. Логистический процесс в торговле. Алгоритм организации торговой логистики. Товародвижение как объект исследования коммерческой логистики. Этапы товародвижения. Факторы, влияющие на его организацию. Принципы логистической оптимизации процесса товародвижения: выбор наиболее эффективных форм товародвижения; выбор наиболее экономичных видов транспорта и рациональное использование транспортных средств и т.д.

РАЗДЕЛ II. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС ЛОГИСТИКИ И ОБЛАСТИ ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ (6 / 2 час.)

Тема 2.1 Логистика закупок (снабжения) торгового предприятия (1 / 0,3 час.)

Сущность логистики закупок, её цель и задачи в коммерческой деятельности торговых предприятий. Необходимость логистической оптимизации закупочной деятельности. Мероприятия, обеспечивающие оптимизацию закупочной деятельности: анализ требований потребителей, определение оптимального размера заказа, выбор метода закупки, выбор наиболее рационального поставщика, заключение наиболее экономичных договоров и контроль над их исполнением.

Тема 2.2 Логистика производства (1 / 0,3 час.)

Сущность, цель, задачи и основные положения логистики производства. Отличие логистической концепции организации производства от традиционной. Способы управления материальными потоками в рамках внутрипроизводственных систем. Требования к организации управления материальными потоками на производстве. Виды производственных логистических систем. Системы управления материальными потоками на производстве. Толкающая (или выталкивающая) система. Тянущая (или вытягивающая) система.

Тема 2.3 Логистика распределения товаров (1 / 0,3 час.)

Сущность понятий «распределение», «физическое распределение», «сбыт». Понятие логистики распределения в торговле, её цель и задачи. Виды распределения. Логистические цепи и каналы, их отличие. Характеристика каналов распределения, их функции. Горизонтальные и вертикальные каналы распределения, взаимодействие их участников. Виды посредников в логистической системе торговли. Золотые правила физического распределения. Взаимодействие логистики и маркетинга.

Тема 2.4 Логистика транспорта (1 / 0,3 час.)

Понятие, цель и задачи логистики транспорта. Выбор наиболее экономичного вида транспорта и эффективное использование транспортных средств. Преимущества и недостатки основных видов транспорта. Выбор наиболее выгодных маршрутов движения автотранспорта. Виды перевозок. Устранение нерациональных перевозок. Особенности интермодальных перевозок. Транспортные тарифы и правила их применения. Транспортная документация на основных видах транспорта. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей. Логистические затраты на транспортировку товаров. Основные показатели качества транспортного обслуживания грузовладельцев.

Тема 2.5 Логистика складирования (1 / 0,4 час.)

Понятие складов, их классификация. Роль и назначение складов в организации деятельности торговых предприятий. Склады логистики снабжения, производства, и распределения. Их функциональные особенности. Функции складов. Логистический процесс на складе торгового предприятия. Стандартизация технологических процессов на складе торгового предприятия. Принципы оптимального размещения и хранения товаров на складе торгового предприятия. Логистические затраты на складскую деятельность.

Тема 2.6 Логистика запасов (1 / 0,4 час.)

Роль, понятие и функции запасов в логистической системе торговли. Классификация запасов. Логистические концепции управления запасами товаров. Методы анализа состояния запасов на предприятиях торговли. Системы управления запасами на предприятиях торговли. Методы прогнозирования запасов товаров. Логистические затраты на формирование и содержание запасов товаров.

РАЗДЕЛ III. АДМИНИСТРИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВЛЕ (6 / 2 час.)

Тема 3.1 Стратегическое планирование в логистике (1 / 0,4 час.)

Понятие администрирования логистической системы. Функции администрирования логистических систем. Этапы построения логистических систем. Концепция интегрированной логистики. Четыре измерения логистической интеграции. Базовые концепции/технологии логистики. Концепция управления цепями поставок.

Тема 3.2 Логистический менеджмент в торговле (1 / 0,4 час.)

Понятие логистического менеджмента и его основные направления. Понятие логистической стратегии. Этапы разработки логистической стратегии. Виды логистических стратегий. Понятие логистического аутсорсинга. Виды логистической деятельности, передаваемой на аутсорсинг. Провайдеры логистических услуг, их виды и сферы деятельности.

Тема 3.3 Логистический аудит (1,5 / 0,4 час.)

Понятие логистического аудита. Методическое обеспечение логистического аудита. Последовательность проведения логистического аудита. Формирование проектной команды для проведения логистического аудита. Порядок проведения обследования. Систематизация и обработка материалов обследования для последующего анализа. Анализ материалов аудита для оценки эффективности логистики.

Тема 3.4 Контроллинг логистических бизнес-процессов (1 / 0,4 час.)

Понятие контроллинга логистических бизнес-процессов, его виды. Функции и содержание контроллинга. Последовательность разработки и реализации процедуры контроллинга. Характеристика измерителей эффективности логистических решений. Система сбалансированных показателей. Понятие, виды и принципы бенчмаркинга.

Тема 3.5 Информационные технологии и системы в логистике (1,5 / 0,4 час.)

Информационные потоки и информационные системы в логистике. Принципы построения логистических информационных систем. Виды логистических информационных систем. Интеграция логистических информационных систем. Место и роль информационных систем и технологий в логистике. Программно-технические средства и информационно-коммуникационные технологии в логистике. Виды информационных систем. Корпоративные информационные системы. Концепции управления предприятием с использованием ИТ - MRP, MRP II, ERP, DRP, CSRP.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

(36 / 10 час., в том числе 18 / 4 час. с использованием методов активного обучения)

Занятие 1. Введение в логистику (2 / 1 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,3 час.)

1. Понятие, объект, предмет, цель и задачи логистики. Различные трактовки сущности логистики.
2. Особенности применения логистики в управлении движением потребительскими товарами.
3. Классификационные признаки логистики. Виды логистики и области ее применения.

4. Роль логистики на предприятии. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности предприятия.

Занятие 2. Основы логистического управления в торговле (2 / 1 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,3 час.)

1. Принципы логистического управления (отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного).
2. Роль логиста в коммерческой деятельности торгового предприятия.
3. Функции и функциональные обязанности логиста на предприятии торговли.
4. Этапы создания логистической службы на предприятии.
5. Эффективность применения логистики в деятельности торговых предприятий. Проблемы развития логистики в коммерческой деятельности торговых предприятий.

Занятие 3. Принципы логистической оптимизации процесса товародвижения (2 / 1 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,3 час.)

1. Логистические операции и функции в коммерческой деятельности, их классификация.
2. Понятие торговой логистики. Классификация логистических операций в торговле.
3. Логистический процесс в торговле. Алгоритм организации торговой логистики.
4. Товародвижение как объект исследования коммерческой логистики. Этапы товародвижения.
5. Принципы логистической оптимизации процесса товародвижения.

**Занятие 4. Логистика закупок (снабжения) торгового предприятия
(2 / 0,5 час.)**

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,25 час.)

1. Понятие логистики закупок, её цель и задачи в коммерческой деятельности торговых предприятий.
2. Необходимость логистической оптимизации закупочной деятельности.
3. Мероприятия, обеспечивающие оптимизацию закупочной деятельности.
4. Анализ требований потребителей, определение оптимального размера заказа, выбор метода закупки,
5. Выбор наиболее рационального поставщика.

Занятие 5. Логистика производства (2 / 0,5 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,25 час.)

1. Понятие, цель, задачи и основные положения логистики производства.
2. Отличие логистической концепции организации производства от традиционной.
3. Способы управления материальными потоками в рамках внутрипроизводственных систем.
4. Требования к организации управления материальными потоками на производстве.
5. Виды производственных логистических систем.

Занятие 6. Логистика распределения товаров (2 / 0,5 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,25 час.)

1. Сущность понятий «распределение», «физическое распределение», «сбыт». Понятие логистики распределения в торговле, её цель и задачи.

2. Виды распределения.
3. Логистические цепи и каналы, их отличие. Характеристика каналов распределения, их функции.
4. Виды посредников в логистической системе торговли.
5. Золотые правила физического распределения.
6. Взаимодействие логистики и маркетинга.

Занятие 7. Логистика транспорта (2 / 0,5 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,25 час.)

1. Понятие, цель и задачи логистики транспорта.
2. Выбор наиболее экономичного вида транспорта и эффективное использование транспортных средств. Преимущества и недостатки основных видов транспорта.
3. Выбор наиболее выгодных маршрутов движения автотранспорта. Виды перевозок. Устранение нерациональных перевозок.
4. Особенности интермодальных и мультимодальных перевозок. Транспортные тарифы и правила их применения.
5. Транспортная документация на основных видах транспорта. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей. Логистические затраты на транспортировку товаров.

Занятие 8. Логистика складирования (2 / 0,5 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,25 час.)

1. Понятие складов, их классификация. Роль и назначение складов в организации коммерческой деятельности торговых предприятий.
2. Склады логистики снабжения, производства, и распределения. Их функциональные особенности. Функции складов.
3. Логистический процесс на складе торгового предприятия.

4. Принципы оптимального размещения и хранения товаров на складе торгового предприятия.
5. Логистические затраты на складскую деятельность.

Занятие 9. Логистика запасов (2 / 0,5 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи) (1 / 0,25 час.)

1. Роль, понятие и функции запасов в логистической системе торговли.
2. Логистические концепции управления запасами товаров.
3. Методы анализа состояния запасов на предприятиях торговли.
4. Системы управления запасами на предприятиях торговли.
5. Логистические затраты на формирование и содержание запасов товаров.

Занятие 10. Стратегическое планирование в логистике (4 / 0,8 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – кейс-технология (2 / 0,4 час.)

1. Понятие администрирования логистической системы.
2. Функции администрирования логистических систем. Этапы построения логистических систем.
3. Концепция интегрированной логистики.
4. Четыре измерения логистической интеграции.
5. Базовые концепции/технологии логистики.
6. Концепция управления цепями поставок.

Занятие 11. Логистический менеджмент в торговле (2 / 0,8 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – кейс-технология (1 / 0,4 час.)

1. Понятие логистического менеджмента и его основные направления.
Понятие логистической стратегии.
2. Этапы разработки логистической стратегии. Виды логистических стратегий.

3. Понятие логистического аутсорсинга. Виды логистической деятельности, передаваемой на аутсорсинг.
4. Провайдеры логистических услуг, их виды и сферы деятельности.

Занятие 12. Логистический аудит (4 / 0,8 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – кейс-технология (2 / 0,4 час.)

1. Понятие логистического аудита. Методическое обеспечение логистического аудита.
2. Последовательность проведения логистического аудита.
3. Формирование проектной команды для проведения логистического аудита. Порядок проведения обследования.
4. Систематизация и обработка материалов обследования для последующего анализа.
5. Анализ материалов аудита для оценки эффективности логистики.

Занятие 13. Контроллинг логистических бизнес-процессов (4 / 0,8 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – кейс-технология (2 / 0,4 час.)

1. Понятие контроллинга логистических бизнес-процессов, его виды. Функции и содержание контроллинга.
2. Последовательность разработки и реализации процедуры контроллинга.
3. Характеристика измерителей эффективности логистических решений.
4. Система сбалансированных показателей.
5. Понятие, виды и принципы бенчмаркинга.

Занятие 14. Информационные технологии и системы в логистике (4 / 0,8 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – деловая игра (2 / 0 час.)

1. Информационные потоки и информационные системы в

логистике.

2. Принципы построения логистических информационных систем.
3. Виды логистических информационных систем. Интеграция логистических информационных систем.
4. Место и роль информационных систем и технологий в логистике.
5. Место и роль информационных систем и технологий в логистике. Программно-технические средства и информационно-коммуникационные технологии в логистике.
6. Виды информационных систем. Корпоративные информационные системы.
7. Концепции управления предприятием с использованием ИТ - MRP, MRP II, ERP, DRP, CSRP.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Коммерческая логистика» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел 1 Концептуальные основы и понятийный аппарат логистики.	ПК-4	Знает	Контрольная работа 1(ПР-4) Тесты 1, 2 (ПР-4) Кейс-задача 1,2 (ПР-11) Разноуровневые задачи и задания 1, 2, 3,4 (ПР-11)	Набор рейтинга в течение семестра Вопросы к зачету
Умеет					
Владеет					
2	Раздел 2 Функциональный комплекс логистики и области ее применения Раздел 3 Администрирование логистической деятельности в торговле	ПК-15	Знает	Контрольная работа 2(ПР-4) Тесты 3-8 (ПР-4) Кейс-задачи3,4,9 (ПР-11) Разноуровневые задачи и задания 5- 17 (ПР-11) Семинар 1-5 (УО-2) Деловая игра 1, 2 (ПР-10)	Набор рейтинга в течение семестра Вопросы к зачету
Умеет					
Владеет					

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Александров О.А. Логистика: Учебное пособие / О.А. Александров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 217 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/465497>

2. Волгин В.В. Склад. Логистика, управление, анализ [Электронный

ресурс] / Волгин В.В. - М.: Дашков и К, 2015. - 724 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14092.html>

3. Дроздов П.А. Логистика: Учебное пособие / Дроздов П.А. - Мн.: Вышэйшая школа, 2015. - 357 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1009310>

4. Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/458672>

5. Слукина С.А. Инфраструктура и логистика промышленных предприятий [Электронный ресурс]: учебное пособие / Слукина С.А. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 88 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68244.html>

6. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Учебник / Уотерс Д. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 503 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/884044>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Волгин В.В. Логистические ловушки и решения в договорах [Электронный ресурс]: Справочник предпринимателя / В.В. Волгин. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 140 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430515>

2. Гаджинский А.М. Логистика [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Гаджинский А.М. - М.: Дашков и К, 2014. - 419 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24794.html>

3. Дыбская В.В. Логистика складирования: Учебник / В.В. Дыбская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 559 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/427132>

4. Коммерческая логистика: Учебное пособие / Под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 253 с. -

Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/397794>

5. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев и др.; Под ред. В.И. Сергеева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 634 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/407668>

6. Логистика [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Н. Г. Каменевой. - М.: КУРС: ИНФРА-М, 2013. - 202 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/405358>

7. Маргунова В.И. Логистика / Маргунова В.И., Оксенчук Н.В., Каунова Н.Л. - 2-е изд. - Мн.: Вышэйшая школа, 2013. - 508 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/509012>

8. Мищенко А.В. Методы управления ограниченными ресурсами в логистике: Учебное пособие / А.В. Мищенко. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 184 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/431255>

9. Носов А.Л. Логистика: Учебное пособие / А.Л. Носов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 184 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/454339>

10. Розина Т.М. Распределительная логистика / Розина Т.М. - Мн.: Вышэйшая школа, 2012. - 319 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/508330>

11. Рыкалина О.В. Теория и методология современной логистики: Монография / О.В. Рыкалина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 208 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/470312>

12. Степанов В.И. Логистика производства: Учебное пособие / В.И. Степанов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 200 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/454253>

13. Тебекин А.В. Логистика [Электронный ресурс]: учебник / Тебекин А.В. - М.: Дашков и К, 2014. - 355 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14056.html>

14. Хабаров В.И. Основы логистики [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.И. Хабаров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Московский

финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. - 368 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/451142>

15. Яшин А.А. Логистика. Основы планирования и оценки эффективности логистических систем [Электронный ресурс]: учебное пособие / Яшин А.А., Ряшко М.Л. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. - 52 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65940.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Информационный отраслевой портал по логистике Режим доступа: <http://www.logistics.ru>
2. Специализированный научно-практический журнал Режим доступа: <http://www.logistika-prim.ru/>
3. Электронный журнал Логинфо _____ Режим доступа: <http://www.loginfo.ru>
4. Логистика: проблемы и решения Режим доступа: <http://logistica.in.ua/about.html>
5. Логистика и управление (для бизнеса) Режим доступа: <http://logscm.ru/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация дисциплины «Коммерческая логистика» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические работы, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Коммерческая логистика» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами

лекций, подготовкой и выполнением всех практических работ с обязательным предоставлением отчета о работе, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Коммерческая логистика» является зачет, который проводится в виде тестирования.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (20 баллов);
- успешно выполнить аудиторные и контрольные задания (50 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Коммерческая логистика» при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Коммерческая логистика» для аттестации на зачете следующие: 86-100 баллов – «зачтено», 76-85 баллов – «зачтено», 61-75 баллов – «зачтено», 60 и менее баллов – «не зачтено».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[\frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где: $W = \sum_{i=1}^n k_i^n$ для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n$ для итогового рейтинга;

$P(n)$ – рейтинг студента;

m – общее количество контрольных мероприятий;

n – количество проведенных контрольных мероприятий;

O_i – балл, полученный студентом на i -ом контрольном мероприятии;

O_i^{max} – максимально возможный балл студента по i -му контрольному мероприятию;

k_i – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия;

k_i^n – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия, если оно является основным, или 0, если оно является дополнительным.

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Дисциплина «Коммерческая логистика» изучается студентами заочной формы обучения в течение 3 курса, в рамках которого студенты осваивают лекционный материал и темы, предназначенные для самостоятельного изучения, выполняют практические задания, проводится текущий контроль в виде презентаций по итогам выполнения деловых игр и кейсов и промежуточная аттестация в виде зачета.

Описание последовательности действий обучающихся, или алгоритм изучения дисциплины

Для успешного освоения компетенциями по дисциплине «Коммерческая логистика» студентам рекомендуется внимательно изучить рабочую программу учебной дисциплины (РПУД). Особое внимание следует уделить изучению рейтинг-плана дисциплины, который является маршрутным листом и служит основным путеводителем изучения дисциплины. В рейтинг-плане содержится календарный план по освоению дисциплины. Рейтинг-план выдается и поясняется ведущим преподавателем на первом учебном занятии по данной дисциплине.

Рекомендации по использованию методов активного обучения

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного обучения, без которых

невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные задачи в современных рыночных условиях.

Для развития профессиональных навыков и личности студента в качестве методов активного обучения целесообразно использовать методы ситуационного обучения, представляющие собой описание деловой ситуации, которая реально возникала или возникает в процессе деятельности.

Реализация такого типа обучения по дисциплине «Коммерческая логистика» осуществляется через использование ситуационных заданий, в частности ситуационных задач, которые можно определить как методы имитации принятия решений в различных ситуациях путем проигрывания вариантов по заданным условиям.

Ситуационные задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на предприятиях, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Технология выполнения ситуационных задач включает в себя организацию самостоятельной работы обучающихся с консультационной поддержкой преподавателя. На этапе ознакомления с задачей студент самостоятельно оценивает ситуацию, изложенную в тексте, исследует теоретический материал, устанавливает ключевые факторы и проводит анализ проблем, изложенных в условии задачи. Затем составляет план действий и оценивает возможности его реализации. По окончании самостоятельного анализа студент должен ответить на вопросы, выполнить задания и составить письменный отчет по данному заданию.

Рекомендации по работе с литературой

Для глубокого понимания сути темы, изложенной в рамках лекционного материала, рекомендуется затрачивать на прочтение основной и дополнительной литературы не менее 2 часов в неделю. В качестве

поощрения студенты могут получать дополнительные баллы по самостоятельной работе с литературой: поиск литературы по заданной теме, сравнительный анализ научных публикаций, подготовка доклада и участие в научных конференциях. Основная литература подлежит обязательному изучению. Для подготовки к занятиям, текущей и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ДВФУ, расположенной по адресу <http://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/>, где они имеют возможность получить доступ к учебно-методическим материалам, как библиотеки вуза, так и иных электронных библиотечных систем. В свою очередь студенты могут взять необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки, а также воспользоваться читальными залами вуза.

Рекомендации по подготовке к зачету

По дисциплине «Коммерческая логистика» предусмотрена рейтинговая оценка знаний студентов согласно Положению о рейтинговой системе оценки освоения дисциплин студентами ДВФУ, утвержденному приказом ректора от 28.10.2014 №12-13-1718. Если студент по итогам текущего контроля в семестре набирает 61 балл, то зачет проставляется ему автоматически. Если набранные баллы не превышают 61, то в этом случае студенту необходимо сдать зачёт в форме устного собеседования согласно расписанию экзаменационной сессии. Перечень вопросов к зачету приводится в Приложении 2 данного РПУД. Для подготовки к зачёту студенту необходимо внимательно ознакомиться с лекционными материалами, повторить все решенные кейсы и деловые игры, поскольку в процессе сдачи зачета студент должен владеть не только теоретическими знаниями, но и ориентироваться в практике принятия логистических решений в области логистики.

Методика решения ситуационных задач (кейсов)

Ситуационная задача, как разновидность метода ситуационного анализа. При активном ситуационном обучении участникам анализа предъявляются факты (события), связанные с некоторой ситуацией по ее состоянию на определенный момент времени в конкретной социально-экономической системе. Задача обучаемых – принять рациональное решение, действуя сначала индивидуально, а затем в рамках коллективного обсуждения возможных решений, т.е. в процессе интерактивного взаимодействия. Преподаватель, ведущий занятие, ставит перед обучаемыми разнообразные вопросы, которые позволяют выявить специфические признаки проблемы, ее истоки, причинно-следственные связи и свойства, развивают способность рассматривать проблему с различных сторон и точек зрения и в разных аспектах: управленческом, психологическом, юридическом, нравственном. Стандартная ситуация – в определенной мере типична, часто повторяется при одних и тех же обстоятельствах; имеет одни и те же источники, причины; может носить как отрицательный, так и положительный характер.

Методика подготовки к семинарам

Семинар – вид групповых занятий по какой-либо научной, учебной и другой проблематике, активное обсуждение участниками заранее подготовленных сообщений, докладов и т.п. Среди обязательных требований к семинару – предварительное ознакомление с темой, вопросами и литературой по данной теме. Для приобретения широкого видения проблемы студенту необходимо:

- осмыслить ее в общем объеме; познакомиться с темой по базовому учебному пособию или другой основной рекомендуемой литературе;
- выявить основные идеи, раскрывающие данную проблему; сверить их определения со справочниками, энциклопедией;

- подготовить план-проспект раскрытия данной проблемы; выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения;
- составить тезисы выступления на отдельных листах для последующего внесения дополнений и подготовить доклад или реферат для сообщения на семинаре;
- проанализировать собранный материал для дополнительной информации по темам семинара.

Семинар-пресс-конференция

По каждому вопросу плана семинара преподавателем назначается группа обучаемых (3-4 человека) в качестве экспертов. Они всесторонне изучают проблему и выделяют докладчика для изложения тезисов по ней. После первого доклада участники семинара задают вопросы, на которые отвечают докладчик и другие члены экспертной группы.

Вопросы и ответы составляют центральную часть семинара. На основе вопросов и ответов развертывается творческая дискуссия, итоги которой подводят сначала докладчик, а затем преподаватель. Аналогичным образом обсуждаются и другие вопросы плана семинарского занятия.

В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения темы, оценивает работу экспертных групп, определяет задачи самостоятельной работы. Для подготовки к семинару использовать материалы лекций и сети ИНТЕРНЕТ из рекомендованного перечня ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 5 раздела данного РПУДа.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Коммерческая логистика» необходимы: учебная аудитория с мультимедийным проектором и экраном.

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля, оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья все здания ДВФУ оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Коммерческая логистика

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

профили «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения
сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров»,
«Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»,
«Товарный менеджмент»

Форма подготовки очная / заочная

Владивосток
2016

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение (час.)	Форма контроля
Очная форма обучения				
1	8, 15, 18 недели обучения	Выполнение индивидуального задания	15	Презентация индивидуального задания в устной форме с применением слайдов
2	5, 12, 17 недели обучения	Подготовка к контрольным работам, тестам	15	Письменный ответ
3	15, 16 недели обучения	Подготовка к семинарам	15	Устный ответ
4	4, 17 неделя обучения	Выполнение кейсов	15	Презентация в устной форме
5	15, 16, 17 недели обучения	Выполнение группового проекта	22	Презентация группового проекта в устной форме с применением слайдов
6	17-18 недели обучения	Подготовка к зачёту	8	Опросы теории, контрольные работы
		ИТОГО	90	
Заочная форма обучения				
1	До экзаменационной сессии	Выполнение индивидуального задания	25	Презентация индивидуального задания в устной форме с применением слайдов
2	До и в течение экзаменационной сессии	Подготовка к контрольным работам, тестам	25	Письменный ответ
3	До и в течение экзаменационной сессии	Подготовка к семинарам	25	Устный ответ
4	В течение экзаменационной сессии	Выполнение кейсов	25	Презентация в устной форме
5	В течение экзаменационной сессии	Выполнение группового проекта	24	Презентация группового проекта в устной форме с применением слайдов
6	До и в течение экзаменационной сессии	Подготовка к зачёту	4	Опросы теории, контрольные работы
		ИТОГО	128	

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов является важной составной частью организации учебного процесса, оказывающая заметное влияние на процесс профессионального становления студентов.

Целью самостоятельной работы студентов является качественное освоение знаний и умений по дисциплине «Коммерческая логистика».

Задачи самостоятельной работы студентов:

- углубленное изучение учебной дисциплины, отдельных ее тем;
- формирование представлений студента о своих индивидуальных, прежде всего интеллектуальных возможностях;
- формирование умений выполнять самостоятельную работу (уметь учиться) в познавательной, практической, учебно-исследовательской, проектной деятельности;
- развитие опыта творческой деятельности;
- развитие у студентов лично и профессионально значимых качеств (самостоятельно формулировать и решать проблемы, находить конструктивные решения в различных, в том числе конфликтных ситуациях).

Методические указания к выполнению индивидуального задания

«Презентация доклада по современным тенденциям и проблемам в сфере логистике»

Цель задания – ознакомление студентов с современными тенденциями развития логистики по материалам периодической печати, конференций, форумов, а так же развития у студентов навыков использования таких материалов в практической деятельности.

Содержание задания

В течение семестра каждый студент должен выполнить индивидуальное задание следующего содержания: сделать дайджест нескольких статей или найти одну большую проблемную статью, используя материалы периодической литературы и Интернет, по тематическим направлениям, приведенным ниже. На основании изученных статей сделать презентацию (доклад с применением слайдов) длительностью 5-7 минут для представления в аудитории. В докладе должна быть отражена актуальность темы для развития логистики и экономики, раскрыта сущность темы, подчеркнуты особенности приемов, методов, технических средств и т.п. Студенты группы обсуждают сделанный доклад, обмениваются мнениями. Таким образом, все темы самостоятельных работ будут доступны и раскрыты для всех студентов группы.

Доклад должен быть основан на современных материалах, дата выпуска которых не превышает двух лет. Статьи должны быть объемом не менее 3-4 страниц, большая статья не менее 8-15 страниц. Список рекомендуемых периодических изданий и сайтов Интернет приводится ниже. Запрещается использовать материалы из учебников и методической литературы. Назначение даты презентации, а так же конкретной темы презентации обсуждается преподавателем индивидуально с каждым студентом.

Тематические направления докладов

1. Роль и место логистики в деятельности предприятий.
2. Проблемы и тенденции развития логистики в современный период в России.
3. Современные тенденции развития логистики в мире.
4. Российский рынок логистических провайдеров: проблемы и тенденции развития.
5. Российские лидеры логистических компаний (примеры).
6. Значение и критерии уровня логистического сервиса в цепях поставок.

7. Сущность и мировой опыт применения концепций «быстрого реагирования» (quickresponse, QR) и эффективного реагирования (ECR).
8. Логистические центры (хабы): понятие, классификация, структура, спектр предоставляемых услуг.
9. Логистические центры (хабы): преимущества и недостатки, проблемы организации в России.
10. Примеры логистических центров в России, на Дальнем Востоке, в Приморье.
11. Развитие региональных логистических центров в России.
12. Информационные технологии и автоматизированное оборудование в функциональных областях логистики.
13. Проблемы и тенденции развития грузоперевозок в России.
14. Проблемы и тенденции развития грузоперевозок в мире.
15. Инновации в грузоперевозках (можно отдельно по видам транспорта – железнодорожный, автомобильный, морской, авиа).
16. Программные продукты для управления транспортной деятельностью.
17. Сущность и разновидности концепции планирования потребностей (MRP, ERP, для DRP, CSRP).
18. Автоматизированные склады.
19. Инновационные виды тары и упаковки в логистике.
20. Современные технологии комплектации заказов на складах.
21. Конвейеры на складах.
22. WMS-системы управления складом.
23. RFID – технологии в товародвижении.
24. Программные продукты в закупочной деятельности.
25. Геоинформационные технологии в логистике.
26. Логистика и экология.

Список рекомендуемых периодических изданий и сайтов Интернет.

Журнал «Логистика сегодня» – издает статьи по таким

тематическим направлениям, как:

Логистика производства: оптимизация материальных, финансовых и информационных потоков, внедрение информационных систем.

Логистика складирования: разработка и внедрение складского технологического процесса, оптимизация материально-технического снабжения, проектирование, разработка и внедрение эффективных систем управления закупками и размещения заказов.

Управление цепями поставок: транспортное обеспечение, организация системы дистрибуции продукции предприятия, подготовка и сопровождение внешнеторговых контрактов.

В журнале публикуются только оригинальные статьи российских и зарубежных авторов, не издававшиеся ранее на русском языке.

Журнал «Логистика и управление цепями поставок». Учредителями журнала являются Национальный исследовательский университет, Высшая школа экономики, Национальная логистическая ассоциация. В журнале дается актуальная новостная информация, аналитические обзоры, практика лучших компаний по логистике и управлению цепями поставок, современные технологии логистики, освещение теоретических и практических вопросов управления цепями поставок.

Журнал «Логинфо» - одно из старейших изданий отражает все стороны логистики - изменения и тенденции на логистических рынках России и других стран, передовой опыт ведущих производственных, торговых и логистических компаний.

Журнал «Прикладная логистика» публикует материалы по таким направлениям, как оптимизация логистических систем; технологии, методики и ноу-хау; управление запасами, материальными потоками и издержками; реинжиниринг бизнес-процессов; аутсорсинг и бенчмаркинг в логистике; рейтинги логистических операторов; логистическая техника и оборудование.

Журнал «Логистика» освещает актуальные проблемы и опыт

оптимальной организации, управления материальными, а также информационными, финансовыми и сервисными потоками. Журнал предназначен для предпринимателей, руководителей и специалистов служб логистики, снабжения, сбыта, транспорта производственных предприятий, управленческого персонала баз и складов оптовой и розничной торговли, грузовых терминалов, экспедиторских и транспортных компаний и фирм, а также ученых, преподавателей и студентов, занимающихся логистикой.

Журнал «ЛОГИСТИК & система» публикует материалы по направлениям: теоретические основы логистики, принципы и практика построения логистических цепей, компьютеризация логистических функций и задач, оптимизация закупок, запасов и поставок, сокращение затрат на хранение и перемещение сырья, материалов и готовой продукции, складское хозяйство, оснащение, технологии грузопереработки

Транспортные и экспедиторские услуги, деятельность логистических фирм и центров в России и за рубежом, обзоры выставок, семинаров, конференций и литературы по логистике.

Журналы «Современный склад» и «Складские технологии» посвящены логистике складирования. Они знакомят читателей с мировым опытом управления складом, стратегиями хранения запасов, современными технологиями, оборудованием, перспективами развития отрасли. На страницах журналов рассматриваются конкретные примеры работы складов в различных отраслях, зарубежный опыт складской деятельности.

Так же рекомендуется использовать публикации журналов **«Дальневосточный капитал»** – региональный журнал деловых кругов Дальнего Востока, **«Коммерсант»** и **«Секрет фирмы»** -российских деловых журналов.

Авторами статей всех перечисленных журналов являются ведущие

профессора и специалисты передовых компаний по логистике и управлению цепями поставок.

Рекомендуемые сайты сети Интернет:

1. www.loginfo.ru - электронный Журнал "Логинфо"
2. www.logist.ru - Клуб логистов
3. [http:// www.transmap.ru](http://www.transmap.ru)
4. <http://www.panor.ru/journals/logist/>

Методические указания по подготовке доклада и слайдов для презентации.

Важное условие подготовки доклада – статья или статьи должны заинтересовать вас самих так, чтобы вы захотели поделиться этой информацией со своими сокурсниками.

Все тематические направления презентаций можно условно разделить на «проблемные и инновационные». Темы с 1 по 11 относятся больше к «проблемным». Статьи по этим темам должны поднимать или отражать важную проблему по перечисленным направлениям, пути ее решения в России или зарубежных странах, раскрывать тенденции развития логистики в целом и отдельных ее сфер, описывать новые управленческие и технологические подходы к решению проблем. Здесь можно использовать одну большую статью из печатных журналов по логистике. Темы с 12 по 25 относятся к инновационным, т.е. в статьях по этим темам может описываться новое оборудование, программный продукт, тара. Более того, это может быть не статья, а информационное сообщение небольшого объема. В этом случае необходимо взять несколько таких сообщений или статей и рассказать не только что изобретено и как это работает, но и какой эффект предполагается от внедрения данного новшества на предприятии, если есть, привести примеры внедрения. В данном случае активно используется Интернет. Выводы и свое мнение определяются в докладах по всем темам.

Приступая к поиску статей, не пытайтесь найти точное название, как в тематическом направлении. Это всего лишь заданные рамки поиска.

Например, в рамках тематического направления «Современные тенденции развития логистики в мире» может быть использована статья под названием «Эффективность интегрированной логистики» или «Управление каналами дистрибуции: современные концепции». В рамках тематического направления «Автоматизированные склады» может быть использована статья «Склады – Патерностеры», «Стеллажи карусельного типа» и т.п.

Определившись с выбором статей, начинайте работу над текстом. Если это большая проблемная или обзорная статья, выделите в ней смысловые абзацы, сформулируйте кратко основную мысль, если необходимо, подтвердите примером, цифрами. Проработав, таким образом, всю статью, сформулируйте основную идею и главную мысль. Приступайте к подготовке доклада. Доклад состоит из введения, основной части и выводов. Во введении говорится об основной идее, актуальности, значимости и т.п. В основной части аргументируется и раскрывается более подробно основная идея примерами, цифрами, схемами, таблицами. В презентации должно быть видно, что вы поработали со статьёй. Если статья состоит только из текста, сделайте схемы причинно-следственных связей, сравнительные таблицы, алгоритм процесса и т.п. Примеры преобразования текста смотрите на рисунках 1, 2 и 3. Если вы используете несколько статей или информационных сообщений, определите последовательность представления материала. Это может быть сравнение технологий, представление оборудования по нарастающей сложности.



Рисунок 1.



Рисунок 2.

Принцип работы автомата шахтного типа

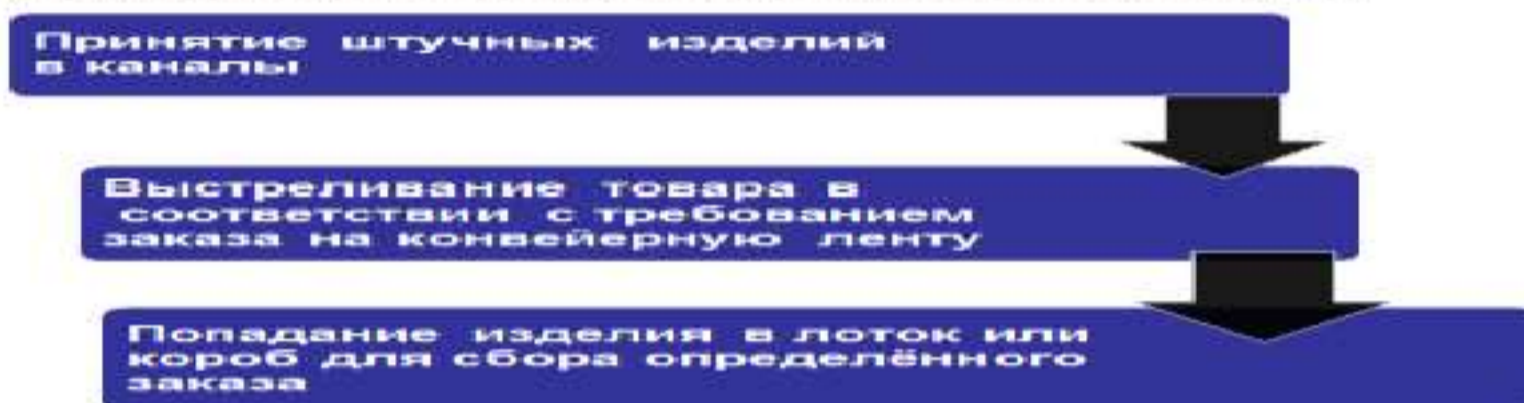


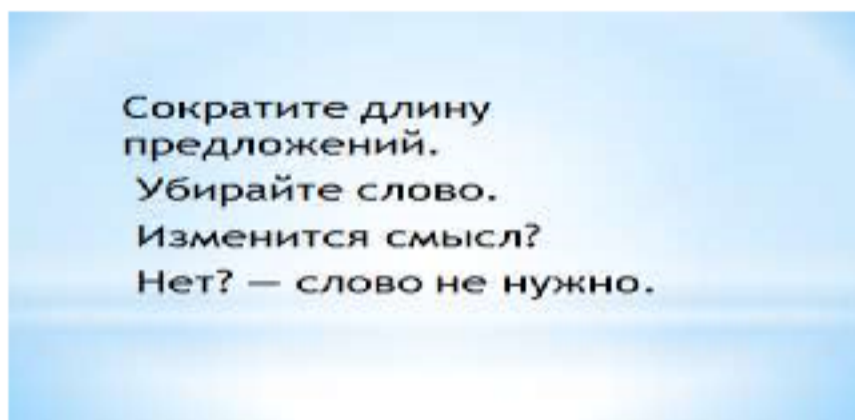
Рисунок 3.

В заключительной части отразите выводы автора и сформулируйте свои собственные.

После того, как сформирован доклад, можно приступать к оформлению слайдов. На часто задаваемый студентами вопрос: «Сколько должно быть слайдов в презентации?» – ответ такой: «Презентация – это не слайды!» Слайды – всего лишь иллюстративный материал к выступлению, презентации, т.е. их должно быть столько, что бы помочь восприятию доклада. На слайдах следует изображать только то, что нельзя показать иначе (графики, диаграммы, фотографии и т.п.); главную мысль или ключевую фразу, которая должна обязательно запомниться.

Слайды не должны быть перегружены информацией, текстом. Не помещайте на слайд целиком то, что вы намерены сказать словами. Большой текст будет очень трудно прочитать и почти невозможно запомнить. Если вы считаете, что какой-либо текст необходимо разместить на слайде, тогда старайтесь максимально сократить длину предложений. Просто мысленно

убирайте по очереди каждое слово из предложения и смотрите, изменится ли смысл. Если нет, выкидывайте это слово.



Вот как можно было бы написать этот абзац на слайде.

Не помещайте на один слайд много элементов, их невозможно будет рассмотреть и воспринять. Примеры перегруженных слайдов представлены на рисунках 4 и 5.



Рисунок 4 – Участники цепи продвижения товара



Рисунок 5 - Грузопотоки

Большое значение имеет размер и стиль шрифта. Не используйте витиеватых шрифтов для научного доклада, поскольку шрифт - это тоже картинка и несет смысловую нагрузку (рисунок 6). Лучше использовать Arial и TimesNewRoman. Эти шрифты есть на любом компьютере с Windows, благодаря чему, вы избежите неприятных сюрпризов при переносе слайдов с одного компьютера на другой.

Программа развития транспортного комплекса РФ

Программа развития
транспортного комплекса РФ

Программа развития
транспортного комплекса
РФ

Проверьте свое впечатление. Использование четкого шрифта подготавливает аудиторию к серьезному восприятию информации.

Рисунок 6 - Использование разных шрифтов

Выделяйте ключевые слова в предложении жирным шрифтом или цветом. Избегайте наклонного и подчеркнутого начертания. Пишите крупно. Текст должен читаться с последнего ряда. Больше «воздуха». Плотн набранный текст с маленькими промежутками между строками будет читаться трудно, даже, если вы использовали крупный шрифт. Лучше выбрать меньший шрифт, но увеличить промежутки между строчками (смотрите пример на рисунке 4). Не пишите весь текст прописными буквами.

ПЛОТНО НАБИТЫЙ ТЕКСТ С МАЛЕНЬКИМИ ПРОМЕЖУТКАМИ МЕЖДУ СТРОКАМИ БУДЕТ ЧИТАТЬСЯ ТРУДНО, ДАЖЕ ЕСЛИ ИСПОЛЬЗОВАН КРУПНЫЙ ШРИФТ	Лучше использовать мелкий шрифт, но увеличить расстояние между строками.
--	---

Рисунок 7 - Плотность шрифта

Делайте текст более контрастным. Хорошо смотрится черный (темно синий) текст, на светлом фоне или белый (ярко-желтый) на синем фоне. Не используйте черный фон, он выглядит мрачным.

Тщательно подбирайте фон слайда, он должен соответствовать теме, в то же время не усложнять восприятие информации. Стремление «сделать красиво» слишком часто приводит к ухудшению и даже искажению восприятия изображения. На рисунках 8 и 9 изображена одна и та же информация,

однако на рисунке 2 информация воспринимается тяжелее: это диаграмма или горы в лесу?

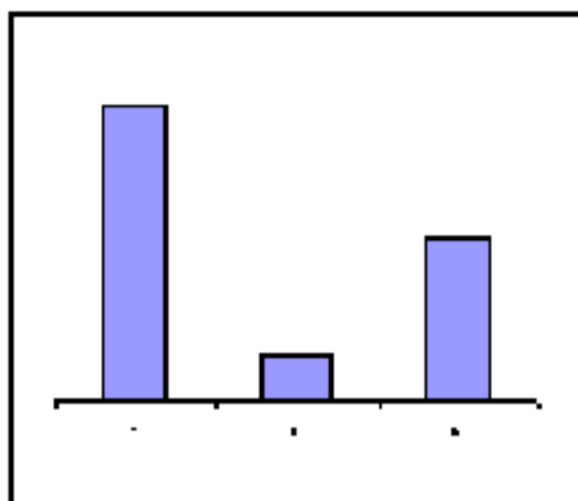


Рисунок 8 – Столбчатая диаграмма на белом фоне

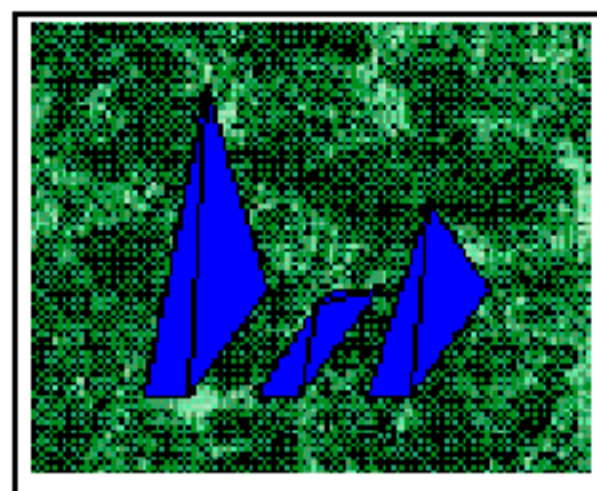


Рисунок 9 - Диаграмма в виде объемных конусов на темно-зеленом фоне



Рисунок 10 - Перегруженный фон слайда

Не используйте слишком перегруженный фон, он мешает восприятию информации.

Анимация в показе слайдов так же должна применяться с осторожностью, поскольку всевозможные «выпрыгивания», «всплывания» и «взрывы» картинок очень отвлекают внимание.

Переходы от слайда к слайду во время демонстрации лучше делать самому докладчику или помощнику. Презентацию следует хорошо отрепетировать заранее, продумать моменты включения-выключения слайдов. Предыдущий слайд не должен оставаться на экране, когда ваш доклад ушел вперед.

Презентация должна начинаться с титульного слайда, примеры которого приведены на рисунках 11 и 12.



Рисунок 11

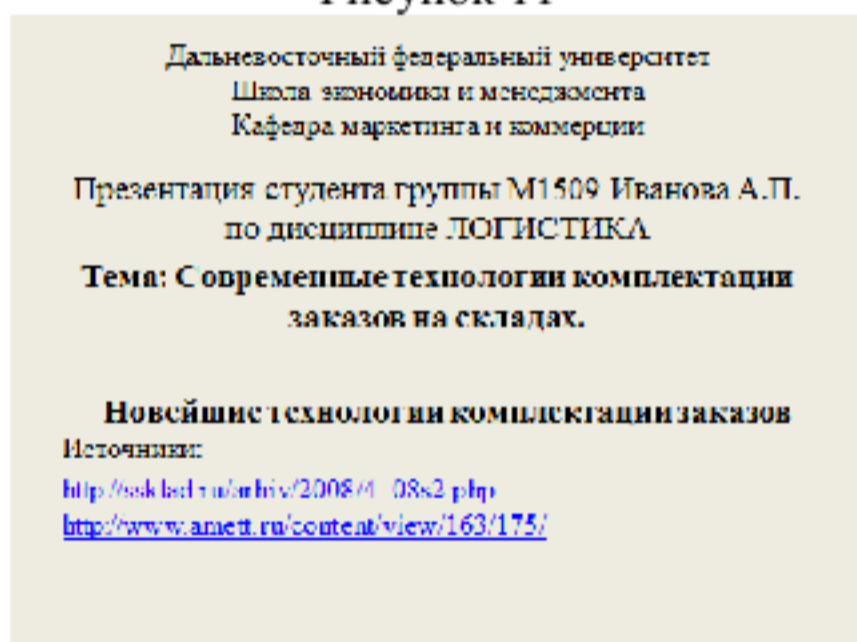
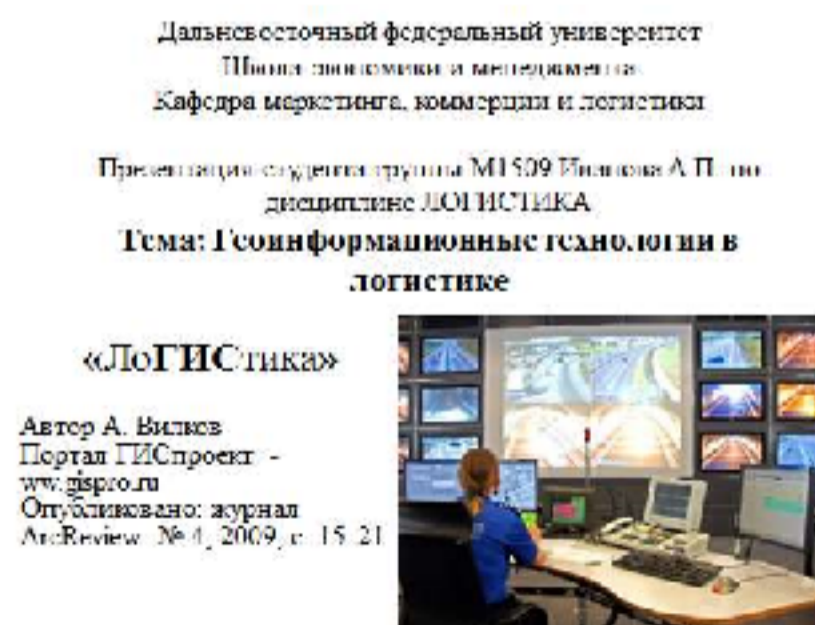
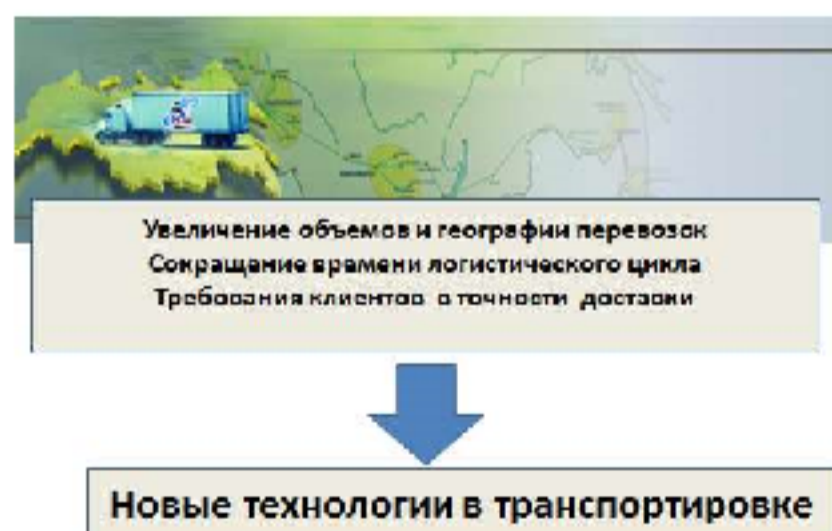


Рисунок 12

Пример удачной презентации по теме «Геоинформационные технологии в логистике» приведен на рисунке 13.



Слайд 1



Слайд 2

Титульный слайд.

Содержание:

1. Название университета, школы, кафедры, где выполняется работа.
2. Фамилия, инициалы студента, номер группы.
3. Тема
4. Название статьи, автор.
5. Источник: если это журнал - название, год выпуска, номер, страницы; если это интернет ресурс - полный адрес.

Пример титульного слайда, где источником информации является Интернет-ресурс.

Что такое ГИС?

Географическая информационная система (ГИС) - компьютерная технология для картографирования и анализа объектов реального мира, происходящих и прогнозируемых событий и явлений.



Слайд 3



Какие задачи решают ГИС технологии в логистике?



Слайд 5

Какие существуют готовые для использования ГИС технологии?

ГИС-программ с таким набором функций немного.

- ✓ Пакет ArcGIS/MapInfo, созданный в США - лидером на американскую сеть дорог.



- ✓ В России программный продукт «ЛОГИСТИК»

Слайд 7

Зачем ГИС в логистике?

Скорость и точность доставки товаров влияет на объем сбыта.
Конечные пользователи - все более требовательные и капризные.

Фактор успеха - доставка потребителю товара в заданный срок и с наименьшими затратами.

РЕЗУЛЬТАТ

Для решения задачи доставки и поиска оптимальных маршрутов перемещения транспорта. Автоматизации процесса логистики с помощью геоинформационных технологий.

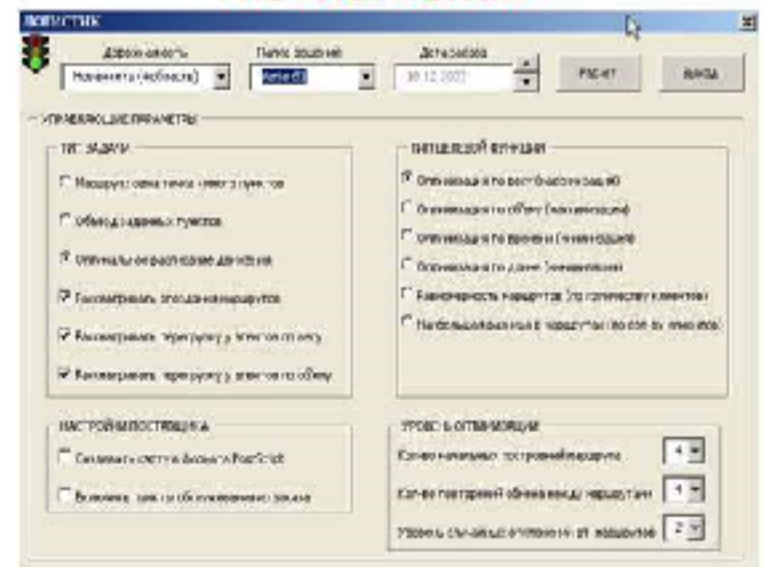


Слайд 4



Слайд 5

ГИС «ЛОГИСТИК»



Слайд 8

ГИС «ЛОГИСТИК»

Входными данными для расчета являются:

- граф дорог, содержащий сведения о разрешенных поворотах;
- адреса населенного пункта;
- база данных клиентов, с указанием перечня доставляемых товаров и их характеристик (тип, объем);
- сведения об объектах инфраструктуры: перекрестках с количественными характеристиками всех автомобилей, а также режиме их работы и требуемых условиях доставки.

При расчете:

выбирается оптимальное число машин, которое смогут обслужить расчетных товаров с максимальным соблюдением всех условий доставки.

Можно задать условия оптимизации:

- по скорости движения;
- по наименьшему числу задействованных транспортных средств;
- по максимальной экономии бензина и т.п.

Результат решения - отображение найденного решения на карте



Слайд 9

Проблемы в России, затрудняющие автоматизацию логистики:



- до сих пор нет надежных электронных карт на территорию даже наиболее заселенной части;
- медленное обновление картографической основы;
- отсутствие связности дорог;
- адреса часто вносятся бессистемно, с множеством ошибок в написании.



Слайд 11

Результат решения



Слайд 10

Вывод

Применение ГИС-технологий при решении транспортных задач является наиболее качественным, быстрым и современным методом логистики.



Опыт работы зарубежных компаний показывает, что использование логистических программ позволяет на 10-30% сократить длину маршрута, время простоя и общее время нахождения транспортных средств на маршруте.

Слайд 12

Рисунок 13 - Пример презентации на тему «Геоинформационные технологии в логистике»

В презентации так же могут быть использованы видеоматериалы. В последнее время в Youtube появилось много хороших материалов по организации складского хозяйства (различных видов стеллажей, оборудования, технологий комплектации заказов).

Видеоролик должен быть представлен в контексте доклада, с соответствующим вступлением, комментариями и выводами.

Критерии оценки индивидуального задания

Максимальный балл - 10 (в рейтинге)

Выполнение задания оценивается по следующим критериям:

1. Полнота раскрытия темы.

2. Умение кратко, четко и аргументировано излагать.
3. Умение выносить достаточно-необходимую информацию на слайды.
4. Умение правильно оформлять слайды.
5. Умение заинтересовать аудиторию своим докладом.
6. Умение отвечать на вопросы.

Методические указания по выполнению группового задания

Групповое задание – особый вид интеллектуальной активности, который повышает эффективность учебной деятельности студентов, благодаря взаимному контролю и ответственности каждого перед группой студентов (групповая самопроверка результатов выполнения задания и коррекция результатов, умение распределить обязанности, в соответствии с наклонностями и умениями, творческими способностями личности).

ГРУППОВОЙ ПРОЕКТ

на тему: **Анализ логистической деятельности компании и определение ее места в цепи поставок «**» (производственной, торговой, на основе отчетов по летней практике) с презентацией доклада в аудитории.

Выполняется группой 5-6 человек во второй половине семестра на основании отчетов по летней практике. Студенты проектной группы на общем сборе решают, чей отчет взять для анализа (он должен содержать наибольший объем информации по теме и защищен с оценкой не менее «хорошо»). Студенты самостоятельно распределяют обязанности в группе, вырабатывают общую концепцию подхода к анализу, используя опыт написания курсовых работ и (при необходимости) консультируясь с преподавателем. Каждый студент выполняет свою часть анализа. Затем на общем сборе студенты проектной группы совместно проверяют и корректируют все части анализа, составляют доклад и распределяют роли для презентации.

План письменного анализа:

1. Общая характеристика деятельности компании

- название
- юридический статус
- год образования
- является ли она головной компанией или филиалом, если это сеть
- нарисовать полную организационную структуру компании и сети (количество отделов, работников и т.д.)

2. Описание товаров или услуг производимых компанией

- перечень товаров или услуг
- уровень цен для покупателей
- качество товаров или услуг

3. Организация логистической деятельности компании

- каналы дистрибуции
- управление заказами (схема цикла заказа, каким образом принимаются, отправляются и обрабатываются заказы, время на выполнение заказа, документация, технические средства, информационные технологии)
- транспортировка (наличие собственных транспортных средств, если транспорт привлеченный, какая компания используется, составление маршрутов, графиков)
- управление запасами (стратегия и критерии, параметры управления запасами)
- склады (схема технологического процесса, собственные или привлеченные, площади и объемы, информационные технологии, грузопереработка и защитная упаковка)
- Какие отделы и должностные лица занимаются выполнением логистических функций? Какова межфункциональная логистическая координация?
- Какие показатели логистической деятельности рассчитываются в компании? Какие вы можете предложить для расчета?

- Составить схему технологического процесса оказания услуг или производства продукта (пооперационно) компании и выделить на ней логистические операции.
- Составить схему цепи поставок, определить место и роль своей компании в этой цепи.
- Определить недостатки в организации логистической деятельности своей компании.
- Сделать рекомендации по устранению недостатков и улучшению логистической деятельности компании.

На основании письменного анализа подготовить презентацию с использованием слайдов. **Время презентации не более 7 минут. Дата презентации устанавливается преподавателем.**

Для подготовки презентации использовать «Методические указания по подготовке доклада и слайдов для презентации».

Критерии оценки группового проекта

Максимальный балл - 10 (в рейтинге)

Выполнение задания оценивается по следующим критериям:

1. Полнота анализа деятельности компании
2. Правильность выводов
3. Четкая организация действий проектной группы
4. Умение выносить достаточно-необходимую информацию на слайды.
5. Умение правильно оформлять слайды.
6. Умение отвечать на вопросы.

Методические указания по выполнению кейсов вне аудитории, а так же критерии их оценки смотреть в разделе 6 и в Приложении 2 данного РПУДа.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
Коммерческая логистика

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
профили «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения
сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров»,
«Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности»,
«Товарный менеджмент»
Форма подготовки очная / заочная

Владивосток
2016

Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 системное представление об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров	Знает	организационные и управленческие функции логистических систем и цепей поставок товаров
	Умеет	организовывать и управлять логистическими системами и поставкой товаров
	Владеет	логистическим подходом к организации и управлению движением товаров
ПК-15 умение работать с товаросопроводительными документами, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров, оформлять документацию по учету торговых операций, использовать современные информационные технологии в торговой деятельности, проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей	Знает	логистические подходы к организации поставки товаров
	Умеет	контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров и оформлять документацию по учету логистических операций
	Владеет	навыками работы с товаросопроводительными документами, оформления документации по учету логистических операций, современными информационными технологиями в логистической деятельности

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел 1 Концептуальные основы и понятийный аппарат логистики.	ПК-4	Знает Умеет Владеет	Контрольная работа 1(ПР-4) Тесты 1, 2 (ПР-4) Кейс-задача 1,2 (ПР-11) Разноуровневые задачи и задания 1, 2, 3,4 (ПР-11)	Набор рейтинга в течение семестра Вопросы к зачету
2	Раздел 2 Функциональный комплекс логистики и области ее применения Раздел 3 Администрирование логистической деятельности в торговле	ПК-15	Знает Умеет Владеет	Контрольная работа 2(ПР-4) Тесты 3-8 (ПР-4) Кейс-задачи 3,4,9 (ПР-11) Разноуровневые задачи и задания 5- 17 (ПР-11) Семинар 1-5 (УО-2) Деловая игра 1, 2 (ПР-10)	Набор рейтинга в течение семестра Вопросы к зачету

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК 4 - системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров	знает (пороговый уровень)	организационные и управленческие функции логистических систем и цепей поставок товаров	знание основ организационных и управленческих функций, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров	способность производить выбор организационных и управленческих функций, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров
	умеет (продвинутой)	организовывать и управлять логистическими системами и поставкой товаров	умеет производить выбор и формирование организационных и управленческих функций, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров. логистические системы	способность координировать действия организационных и управленческих функций, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров. логистические системы
	владеет (высокий)	логистическим подходом к организации и управлению движением товаров	владение методами организации закупки, поставки, транспортирования, хранения, приемки и реализации товаров	способность применять методы организации закупки, поставки, транспортирования, хранения, приемки и реализации товаров
ПК 15 - умением работать с товаросопроводительными документами, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров, оформлять документацию по учету торговых операций, использовать современные информационные технологии в торговой деятельности, проводить	знает (пороговый уровень)	логистические подходы к организации поставки товаров	знание перечня и содержания товарно-сопроводительной документации	способность дать определения перечня и содержания товарно-сопроводительной документации
	умеет (продвинутой)	контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров и оформлять документацию по учету логистических операций	способность оценить первичную документацию по учету торговых операций	способность выбрать первичную документацию по учету торговых операций

инвентаризацию товарно-материальных ценностей	владеет (высокий)	навыками работы с товаросопроводительными документами, оформления документации по учету логистических операций, современными информационными технологиями в логистической деятельности	владение информационным и технологиями в торговой деятельности, проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей	способность применять информационные технологии в торговой деятельности, проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей
---	-------------------	--	---	--

Зачетно-экзаменационные материалы

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Тестовые задания

Тесты (ПР-1)

Раздел 1 Концептуальные основы и понятийный аппарат логистики

Тест 1 Введение в логистику

1. Логистика - наука о

- 1) движении материальных потоков
- 2) планировании, организации и контроле материальными и соответствующими им информационными потоками с высоким уровнем обслуживания потребителей
- 3) движении материальных и соответствующих им информационных потоков с высоким уровнем обслуживания потребителей
- 4) планировании, организации и контроле информационных потоков с высоким уровнем обслуживания потребителей

2. Миссия логистики заключается в:

- 1) организации транспортных процессов
- 2) систематизации операций закупки, транспортировки и складирования
- 3) интегрировании сфер закупки, транспортировки и складирования
- 4) информировании сфер закупки, транспортировки и складирования

3. Разделы логистики по уровням экономики - это

- 1) макрологистика и микрологистика
- 2) логистика распределения и логистика закупки
- 3) логистика транспорта и логистика запасов
- 4) информационная логистика и логистика транспорта

4. К основным функциям логистики относится

- 1) производственное планирование, информационная поддержка,
- 2) организация хранения, планирование распределения, транспортировка
- 3) закупки, грузопереработка, защитная упаковка
- 4) транспортировка, обслуживание запасов, управление заказами

5. Погрузка, разгрузка, затаривание, сортировка, консолидация, разукрупнение грузовой единицы, маркировка являются:

- 1) логистическими функциями
- 2) логистическими операциями
- 3) логистической инфраструктурой
- 4) логистической системой

6. Совокупность, циркулирующих в логистической системе, между логистической системой и внешней средой сообщений, необходимых для управления и контроля логистических операций - это:

- 1) материальный поток
- 2) информационный поток
- 3) информационная система
- 4) электронные документы

7. Основной объект логистики:

- 1) материальный поток

- 2) информационный поток
- 3) информационная система
- 4) логистический процесс

8. Находящиеся в состоянии движения материальные ресурсы, незавершенное производство и готовая продукция, к которым применяются логистические операции и/или функции (транспортировка, складирование, грузопереработка и т.п.) – это:

- 1) логистический процесс
- 2) информационный поток
- 3) материальный поток
- 4) информационная система

9. Адаптивная система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции и операции, состоящая, как правило, из нескольких подсистем и имеющая развитые связи с внешней средой - это

- 1) информационная система
- 2) логистическая функция
- 3) материальный поток
- 4) логистическая система

10. Эффективность логистической системы характеризуется показателями

- 1) качеством и ценой товара (производственные затраты)
- 2) качеством и ценой обслуживания
- 3) уровнем тарифов на транспортные услуги
- 4) качеством транспортных средств

11. Аутсорсинг в логистике – это

- 1) передача производственными предприятиями производственных

функций третьей стороне

- 2) продажа сырьевых товаров иностранным государствам
- 3) строительство логистическими компаниями распределительных центров
- 4) передача производственными и торговыми предприятиями логистических функций третьей стороне

12. Правило 80-20 или правило Парето гласит, что:

- 1) 80% продаж приносят 20% наименований товара
- 2) 80% продаж приносят 40% наименований товара
- 3) 20% продаж приносят 80% наименований товара
- 4) 40% продаж приносят 80% наименований товара

13. При хранении товаров на складе согласно ABC-анализу, товары группы А необходимо располагать:

- 1) в наиболее удобных и легкодоступных местах
- 2) в середине зала
- 3) в наименее удобных и труднодоступных местах
- 4) не имеет значения

14. Какие из характеристик товара НЕ важны для организации логистических операций?

- 1) воспламеняемость, взрывоопасность
- 2) внешний вид и цвет
- 3) вес и объем
- 4) срок годности

15. Отрицательное соотношение веса и объема имеют такие товары, как

- 1) консервы, стальной прокат

2) макароны, детские игрушки

16. Положительное соотношение веса и объема имеют такие товары, как

1) консервы, стальной прокат

2) макароны, детские игрушки

17. Логистическая система производственного предприятия относится к виду

1) макро - ЛС

2) микро - ЛС

3) мезо - ЛС

18. Что НЕ является целью упаковки продукта в логистике?

1) облегчить хранение и перевозку товара

2) обеспечить эффективное использование транспорта и оборудования

3) привлечь внимание покупателей

4) защитить продукт от краж

Тест 2 Критерии эффективности логистических решений

Подберите пару:

1	Логистический канал	А	комплекс услуг, связанных с процессом продвижения материального потока и использованием логистической инфраструктуры
2	Логистическая цепь	В	процесс создания в логистической цепи существенных выгод, содержащих добавленную стоимость.
3	Логистический сервис	С	количественная характеристика соответствия фактических значений показателей качества и количества логистических услуг оптимальным или плановым показателям.
4	Обслуживание потребителей	Д	частично упорядоченное множество различных посредников и транспортно-экспедиционных компаний, осуществляющих доведение материального потока от конкретного производителя до его потребителя

5	Уровень логистического обслуживания	Е	линейно упорядоченное множество участников логистического процесса, (посредников и транспортно-экспедиционных компаний) осуществляющих доведение материального потока от конкретного производителя до его потребителя.
---	-------------------------------------	---	--

Раздел 2. Функциональный комплекс логистики

Тест 3 Логистика распределения

1. Совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать другому право собственности на конкретный товар или услугу на пути от производителя к потребителю – это определение понятия:

- 1) процесс распределения
- 2) дистрибьюторы
- 3) дилеры
- 4) канал распределения

2. Чем определяется длина канала распределения?

- 1) расстоянием в километрах между производителем и потребителем
- 2) количеством складов между производителем и потребителем
- 3) числом промежуточных уровней между производителем и потребителем

3. Посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет - это

- 1) дилеры
- 2) агенты
- 3) брокеры
- 4) дистрибьюторы

4. Посредники, которые осуществляют заключение сделки между продавцом и покупателем, не приобретают права собственности на товар и не являются представителями каких-либо фирм, называются:

- 1) дилеры
- 2) агенты
- 3) брокеры
- 4) дистрибьюторы

5. Посредники, совершающие операции или выполняющие деловые поручения принципала за его счет и от его имени, представляющие интересы покупателя или продавца на относительно постоянной основе, не принимающие на себя право собственности на товар, называются:

- 1) дилеры
- 2) агенты
- 3) брокеры
- 4) дистрибьюторы

6. Посредники, ведущие операции от своего имени и за свой счет - это

- 1) дилеры
- 2) агенты
- 3) брокеры
- 4) дистрибьюторы

7. Какой метод распределения наиболее приемлем для распределения товаров повседневного спроса?

- 1) интенсивное
- 2) эксклюзивное
- 3) селективное

8. Какой метод распределения наиболее приемлем для распределения таких товаров, как новые автомобили, некоторые крупные электробытовые приборы?

- 1) интенсивное
- 2) эксклюзивное
- 3) селективное

9. Какие издержки НЕ связаны с распределением?

- 1) издержки создания и управления запасами
- 2) транспортные расходы
- 3) затраты на производство продукта
- 4) транзакционные затраты

10. Транзакционные затраты ("transaction costs") связаны с:

- 1) упаковкой и маркировкой грузов
- 2) сортировкой и консолидированием грузов
- 3) поиском логистических партнеров, оформлением договоров, передачей прав собственности на продукцию и другими подобными операциями.
- 4) транспортировкой товаров в логистической сбытовой цепи

Тест 4 Логистика снабжения (закупок)

1. Метод, применяемый для расчета потребности в материальных ресурсах на основе вероятностного прогноза с учетом тенденции изменения потребностей за прошлые периоды, называется

- 1) детерминированный
- 2) стохастический
- 3) эвристический

2. Метод, применяемый для расчета вторичной потребности в материальных ресурсах при известной первичной на основе планов производства и нормативов расхода, называется

- 1) детерминированный
- 2) стохастический
- 3) эвристический

3. Метод, применяемый для расчета потребности в материальных ресурсах на основе опытно-статистической оценки экспертов, называется

- 1) детерминированный
- 2) стохастический
- 3) эвристический

4. Какой метод НЕ относится к методам, используемым для поиска потенциальных поставщиков?

- 1) интернет-сайты
- 2) письменные переговоры
- 3) стохастические методы
- 4) ярмарки, выставки

5. Метод выбора поставщика на конкурсной основе, который предполагает закупку товара на крупную сумму и установление долгосрочных связей, называется

- 1) тендер
- 2) письменные переговоры
- 3) товарные биржи
- 4) ярмарки

6. Документ, который направляется покупателю от продавца, намеревающегося сделать предложение одному покупателю с указанием определенного срока предложения - это

- 1) письмо-запрос
- 2) твердая оферта
- 3) свободная оферта
- 4) контрoferта

7. Документ, который направляется от покупателя, намеревающегося осуществить закупку товаров, к продавцу - это

- 1) письмо-запрос
- 2) твердая оферта
- 3) свободная оферта
- 4) контрoferта

8. Организации, которые специализируются на реализации стандартной продукции (главным образом сырья и материалов) и дают возможность потребителю приобретать отдельные ее партии с учетом стоимостного фактора

- 1) аукционы
- 2) товарные биржи
- 3) ярмарки
- 4) выставки

9. Мероприятие, которое проводится регулярно и в определенных местах, где покупатель может ознакомиться с образцами и каталогами продукции, вступив в непосредственный контакт с представителями поставщиков

- 1) аукционы
- 2) товарные биржи

- 3) ярмарки
- 4) выставки

10. Какой метод выбора поставщика состоит в сосредоточении на одном выбранном параметре (критерии)?

- 1) метод рейтинговых оценок
- 2) метод доминирующих характеристик.
- 3) метод оценки затрат
- 4) метод категорий предпочтения.

Тест 5 Логистика транспорта

Подберите пару:

1	Унимодальная транспортировка	A	некоторое количество груза, который погружают, выгружают и хранят как единое целое (контейнер, короб и т. п.).
2	Договор перевозки	B	прослеживание местонахождения груза
3	Мониторинг на транспорте	C	количество тонн груза, которое может быть погружено в данное транспортное средство
4	Контейнерный терминал	D	устав железных дорог, внутреннего водного, автомобильного транспорта и Кодекс торгового мореплавания.
5	Основные документы, регламентирующие условия и правила перевозок на транспорте	E	соглашение, по которому перевозчик принимает на себя обязательство перевести обусловленный груз своими средствами от места отправления до места назначения в установленные сроки, а отправитель обязуется оплатить за перевозку установленную плату.
6	Грузовой терминал	F	транспортировка, которая осуществляется одним видом транспорта
7	Грузоподъемность транспортного средства	G	специальный комплекс сооружений и технических устройств при предприятии транспорта общего пользования, торговом или промышленном предприятии организационно взаимосвязанных и предназначенных для выполнения логистических операций с контейнерами.
8	Грузовая единица	H	компания, осуществляющая транспортировку грузов и связанные с ней операции (грузопереработка, мониторинг, консолидация, сортировка и т.п.)
9	Транспортно-экспедиторская фирма	I	специальный комплекс сооружений, персонала, технических и технологических устройств, организационно взаимосвязанных и предназначенных для выполнения логистических операций, связанных с приемом, хранением, грузопереработкой грузов, а так же коммерческо-информационным обслуживанием грузополучателей, перевозчиков и других логистических посредников.

10. Высокая манёвренность, доставка «от двери до двери» без перегрузок являются достоинствами

- 1) морского вида транспорта
- 2) автомобильного вида транспорта
- 3) трубопроводного вида транспорта
- 4) воздушного вида транспорта

11. Малая частота отправок является недостатком вида транспорта

- 1) автомобильного
- 2) морского
- 3) трубопроводного
- 4) воздушного

12. Высокая провозная способность является достоинством

- 1) морского вида транспорта
- 2) автомобильного вида транспорта
- 3) трубопроводного вида транспорта
- 4) воздушного вида транспорта

13. Крытые вагоны используются для перевозки

- 1) ценных, боящихся атмосферных осадков грузов
- 2) массовых навалочных грузов
- 3) длинномерных и громоздких грузов

14. Использование собственного транспорта выгодно в том случае, если регулярно используется:

- 1) 30 % его мощности
- 2) 50 % его мощности
- 3) 60 % его мощности

4) 80 % его мощности

15. Форма организации перевозок на морском транспорте, когда суда работают по расписанию на строго определенных регулярных линиях, называется

- 1) линейное судоходство
- 2) трамповое рейсовое судоходство
- 3) малый каботаж
- 4) большой каботаж

16. Форма организации перевозок на морском транспорте, когда зафрахтованные суда работают на различных направлениях в зависимости от наличия грузов, конъюнктуры фрахтового рынка, называется

- 1) линейное судоходство
- 2) трамповое рейсовое судоходство
- 3) малый каботаж
- 4) большой каботаж

17. На морском транспорте вид плавания в пределах одного или двух смежных морских бассейнов одной страны, называется

- 1) малый каботаж
- 2) большой каботаж
- 3) заграничное плавание
- 4) линейное судоходство

Тест 6 Логистика запасов

1. Запасы в зависимости от их целевого назначения подразделяются на виды:

- 1) постоянные и сезонные

- 2) производственные и торговые
- 3) текущие и резервные

2. Запасы, создаваемые для бесперебойной работы предприятия на определенный период в нормальных условиях работы

- 1) текущие
- 2) страховые
- 3) сезонные
- 4) постоянные

3. Запасы, создаваемые в условиях неопределенности (для компенсации случайных колебаний спроса, задержек в пути).

- 1) текущие
- 2) страховые
- 3) сезонные
- 4) постоянные

4. Издержки упущенных продаж - это

1) прибыль, которая не может быть получена вследствие порчи или морального износа товаров

2) издержки на хранение товарного запаса, возникающие вследствие отсутствия спроса на товар

3) доход, который могла бы получить фирма, если бы товар был в наличии

4) издержки на хранение товарного запаса, возникающие вследствие задержки заказа

5. При определении величины товарных запасов на предприятии, более точное прогнозирование спроса ведет к их

- 1) увеличению

- 2) уменьшению
- 3) постоянной величине

6. В управлении запасами срок доставки заказа - это

- 1) количество часов на поставку определенной партии заказа в конечную точку назначения
- 2) время от подачи заявки на заказ до поставки заказанной партии на склад предприятия
- 3) время, необходимое для поставки готовой продукции на склад
- 4) некоторое фиксированное время для пересмотра размера запаса

7. Точка заказа в системе управления запасами с фиксированным размером заказа – это:

- 1) размер заказа на пополнение запаса товаров
- 2) то количество товара, которое точно уравнивает издержки хранения и издержки приобретения
- 3) размер запаса, по достижении которого осуществляется заказ следующей партии товаров
- 4) средний запас, рассчитанный за определенный период времени

8. Система управления запасами суть, которой заключается в том, что каждый раз заказывается один и тот же размер партии с различным интервалом времени, который зависит от темпов расходования запаса, называется

- 1) толкающая система
- 2) тянущая система
- 3) система с фиксированным размером заказа
- 4) система с фиксированной периодичностью заказа

9. Определить точку заказа, если срок доставки заказа равен трем неделям, а спрос на товары в неделю составляет 150 единиц

- 1) 300 единиц
- 2) 450 единиц
- 3) 600 единиц
- 4) 150 единиц

Тест 7 Логистика складирования

1. К видам складов по месту в материальном потоке относятся склады

- 1) транзитно-перевалочные
- 2) полузакрытые
- 3) специализированные
- 4) общетоварные

2. К видам складов по ассортименту относятся склады

- 1) транзитно-перевалочные
- 2) полузакрытые
- 3) специализированные
- 4) сырьевые склады

3. К видам складов по конструкции относятся склады

- 1) транзитно-перевалочные
- 2) полузакрытые
- 3) специализированные
- 4) общетоварные

4. Операция по объединению различных грузов в одну партию отправки в целях снижения затрат на транспортировку называется

- 1) консолидирование грузов

- 2) кросс-докин (Cross-docking)
- 3) мониторинг
- 4) упаковка

5. Кросс-докин (Cross-docking) – это операция на складе по:

- 1) перегрузке грузовых единиц вилочным погрузчиком
- 2) перегрузке грузовых единиц на хранение для специального заказа
- 3) объединению различных грузов в одну партию отправки
- 4) перегрузке товаров и отправке, минуя хранение

6. Метод отбора товаров для более чем одного заказа в течение одного прохода по складскому помещению называется

- 1) последовательный
- 2) зонный
- 3) групповой
- 4) индивидуальный

7. Метод отбора, когда товары в списке заказа располагаются в той последовательности, в какой они находятся на складе называется

- 1) последовательный
- 2) зонный
- 3) групповой
- 4) индивидуальный

8. Соблюдение требований маркировки для лиц, занимающихся погрузочно-разгрузочными, транспортными и складскими работами

- 1) является законом
- 2) не является законом
- 3) является законом в специальных случаях

Тест 8 Логистика производства

Подберите пару:

1	Толкающая система управления материальными потоками на производстве	A	метод, который предусматривает расчет потребности в одних материалах с учетом спроса на другие, показывает влияние производственной программы на координацию потоков сырья и материалов, уровень запасов, необходимых для удовлетворения спроса.
2	Логистика производства	B	время, необходимое для поставки очередной партии сырья, материалов, деталей от поставщика до производства.
3	Тянущая система управления материальными потоками на производстве	C	схема последовательно выполняемых производственных и непроизводственных операций по производству каких - либо товаров или услуг и время необходимое для выполнения этих операций
4	Метод планирования потребностей производства	D	управление материальным потоком в производственном звене.
5	Комплектовочный график	E	система управления материальными потоками на производстве, в которой материальный поток выталкивается с одного участка на другой по команде исходящей от центрального органа управления.
6	Производственная программа	F	список необходимых материалов, деталей для производства продукции
7	Время поставки	G	система управления материальными потоками на производстве, при которой детали и полуфабрикаты передаются с предыдущей технологической операции на последующую по мере необходимости, по заказу, центральный орган управления ставит задачу перед конечным звеном технологической цепи.

Тест 9 Информационные технологии и системы в логистике

Подберите пару:

1	плановые информационные системы	A	глобальная международная система товарных номеров, присваиваемая с помощью технологии автоматизированной идентификации штриховых кодов
2	исполнительные информационные системы	B	концепция управления предприятием, основанная на информационных технологиях, обеспечивает планирование всех ресурсов в масштабе предприятия.
3	диспозитивные информационные системы	C	создаются на административном уровне управления и служат для принятия долгосрочных решений стратегического характера
4	EAN/UCC	D	создаются на уровне управления складом или цехом и служат для обеспечения отлаженной работы логистических систем.

5	ERP	E	создаются на уровне административного или оперативного управления.
6	RFID- технологии	F	концепция управления предприятием, основанная на информационных технологиях, применяется в системах дистрибуции и оптовой торговли.
7	DRP	G	применение радиометок для идентификации товаров, транспортных средств и служащих для передачи информации о движении товаров по цепочкам поставок продукции, а так же в системах защиты изделий от подделок

Тест 10 Управление в логистических системах

1. План «распределения прибыли», предполагающий перераспределение сэкономленных затрат между всеми подразделениями логистической системы используется в организации логистической деятельности по типу:

- 1) консервативной
- 2) неформальной
- 3) полужформальной
- 4) формальной

2. Тип организации логистической деятельности, который предполагает выделение должности специалиста по логистике, которому поручается координация логистических планов в различных функциональных областях, называется

- 1) неформальный
- 2) полужформальный
- 3) формальный
- 4) консервативный

3. Тип организации логистической деятельности, который предполагает выделение отдела по логистике, устанавливает четкие полномочия и ответственность по вопросам логистики, называется

- 1) неформальный
- 2) полупоформальный
- 3) формальный
- 4) консервативный

4. Структура подчиненности при формальной логистической организации имеет вид:

- 1) президент → вице-президент по логистике → руководители функциональных подразделений
- 2) президент → менеджер по закупкам и обработке заказов → менеджер по производству и маркетингу
- 3) президент → вице-президент по финансам → руководители функциональных подразделений
- 4) президент → координационный комитет → руководители функциональных подразделений

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Коммерческая логистика»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«зачтено»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и

		задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«зачтено»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
60-0	«не зачтено»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Оценочные средства для текущей аттестации

Вопросы для собеседования

по дисциплине «Коммерческая логистика»

1. Понятие, объект, предмет, цель и задачи логистики. Различные трактовки сущности логистики.
2. Объект, предмет, цель и задачи логистики в деятельности торговых предприятий. Факторы, обусловившие необходимость применения логистики в сфере экономики.
3. Объекты исследования логистики. Понятие материального, информационного и финансовых потоков.
4. Классификационные признаки видов логистики. Виды логистики по функциональному признаку.
5. Задачи, решаемые в рамках каждого вида логистики.
6. Принципы логистического управления (отличие логистического подхода к управлению материальными потоками от традиционного).
7. Уровни логистического управления. Роль логиста в коммерческой деятельности торгового предприятия.
8. Функции и функциональные обязанности логиста на предприятии торговли. Этапы создания логистической службы на предприятии.

9. Эффективность применения логистики в деятельности торговых предприятий.
10. Проблемы развития логистики в коммерческой деятельности торговых предприятий.
11. Понятие торговой логистики. Классификация логистических операций в торговле. Логистический процесс в торговле.
12. Алгоритм организации торговой логистики.
13. Товародвижение как объект исследования коммерческой логистики. Этапы товародвижения. Факторы, влияющие на его организацию.
14. Принципы логистической оптимизации процесса товародвижения.
15. Понятие логистической системы торговли, её элементы и цель. Виды логистических систем. Их классификация. Макро-, микро- и мезологистические системы торговли.
16. Принципы построения логистических систем в торговле.
17. Свойства логистических систем. Условия их существования.
18. Управление логистическими затратами в логистической системе торговли.
19. Сущность логистики закупок, её цель и задачи в коммерческой деятельности торговых предприятий.
20. Мероприятия, обеспечивающие оптимизацию закупочной деятельности: анализ требований потребителей, определение оптимального размера заказа. Выбор метода закупки, преимущества и недостатки различных методов.
21. Выбор наиболее рационального поставщика. Этапы и критерии выбора.
22. Заключение наиболее экономичных договоров и контроль над их исполнением.

23. Сущность, цель, задачи и основные положения логистики производства. Отличие логистической концепции организации производства от традиционной.

24. Способы управления материальными потоками в рамках внутрипроизводственных систем.

25. Требования к организации управления материальными потоками на производстве.

26. Виды производственных логистических систем.

27. Системы управления материальными потоками на производстве. Толкающая (или выталкивающая) система. Тянущая (или вытягивающая) система.

28. Понятие логистики распределения в торговле, её цель и задачи. Виды распределения.

29. Логистические цепи и каналы, их отличие. Характеристика каналов распределения, их функции. Горизонтальные и вертикальные каналы распределения.

30. Виды посредников в логистической системе торговли.

31. Золотые правила физического распределения.

32. Взаимодействие логистики и маркетинга.

33. Понятие, цель и задачи логистики транспорта. Выбор наиболее экономичного вида транспорта и эффективное использование транспортных средств.

34. Преимущества и недостатки различных видов транспорта.

35. Выбор наиболее выгодных маршрутов движения автотранспорта.

36. Виды перевозок. Устранение нерациональных перевозок.

37. Особенности интермодальных перевозок. Транспортные тарифы и правила их применения.

38. Организация транспортно-экспедиционного обслуживания потребителей.

39. Логистические затраты на транспортировку товаров. Основные показатели качества транспортного обслуживания грузовладельцев.
40. Функции складов. Логистический процесс на складе торгового предприятия. Принципы оптимального размещения и хранения товаров на складе торгового предприятия.
41. Логистические затраты на складскую деятельность.
42. Роль, понятие, функции и классификация запасов в логистической системе торговли. Логистические затраты на формирование и содержание запасов товаров.
43. Методы анализа состояния запасов на предприятиях торговли.
44. Системы управления запасами на предприятиях торговли.
45. Понятие администрирования логистической системы. Функции администрирования логистических систем.
46. Этапы построения логистических систем. Концепция интегрированной логистики.
47. Четыре измерения логистической интеграции. Базовые концепции/технологии логистики.
48. Концепция управления цепями поставок.
49. Понятие логистического менеджмента и его основные направления.
50. Понятие логистической стратегии. Этапы разработки логистической стратегии. Виды логистических стратегий.
51. Понятие логистического аутсорсинга. Виды логистической деятельности, передаваемой на аутсорсинг.
52. Провайдеры логистических услуг, их виды и сферы деятельности.
53. Понятие контроллинга логистических бизнес-процессов, его виды. Функции и содержание контроллинга.
54. Характеристика измерителей эффективности логистических решений. Система сбалансированных показателей.
55. Понятие, виды и принципы бенчмаркинга.

56. Понятие логистического аудита. Методическое обеспечение логистического аудита.

57. Последовательность проведения логистического аудита.

58. Анализ материалов аудита для оценки эффективности логистики.

59. Программно-технические средства и информационно-коммуникационные технологии в логистике.

60. Виды информационных систем. Корпоративные информационные системы. Концепции управления предприятием с использованием ИТ - MRP, MRP II, ERP, DRP, CSRP.

Критерии оценки:

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено»	Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Комплекты оценочных средств для текущей аттестации

КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (ПР-2)

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 1

1. В чем заключается новизна логистического подхода на предприятии?
2. Какие тенденции в мировой и отечественной экономике влияют на развитие логистики?
3. Каким образом оптимизация логистических процессов влияет на экономику в целом и на конкурентоспособность отдельного предприятия?
4. В чем разница между транспортировкой и логистикой?
5. Какова роль фирм, предоставляющих логистические услуги? В каких ситуациях прибегают к их услугам?
6. В чем отличие целей упаковки в маркетинге и в логистике?
7. Объясните концепцию «общих издержек» в логистике. Каким образом она влияет на принятие логистических решений?
8. Объясните, что такое «системный подход» в решении логистических задач?
9. Объясните смысл задачи «делать или покупать», в каких ситуациях она решается? Каким образом?
10. Почему обслуживание клиентов считается важным аспектом логистики? Определите в общих чертах цели и задачи обслуживания. Приведите пример.
11. Покупает ли клиент продукт или продукт вместе с сопутствующими ему услугами? Объясните.
12. Кто в компании разрабатывает стандарты обслуживания и для чего они нужны?
13. Предположим вас попросили определить цели и задачи фирмы по обслуживанию клиентов. Какая информация должна быть вами собрана для этого?

14. Перечислите и раскройте сущность критериев качества логистического обслуживания.

15. Для каких целей используется показатель «уровень логистического обслуживания», как он определяется?

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 2

1. В чем заключается взаимодействие логистики и маркетинга в распределительных каналах (каналах сбыта)?

2. Определите цель и задачи распределительной логистики, какие задачи решаются на макро- и микроуровне?

3. Определите понятия «горизонтальный» и «вертикальный» канал распределения, в чем заключается разница между ними?

4. Определите понятия «прямой» и «косвенный» канал сбыта, опишите особенности, преимущества и недостатки этих каналов.

5. «Количество посредников в канале распределения зависит, в первую очередь, от типа товара, географии его сбыта и логистической инфраструктуры» - правильно ли это утверждение? Аргументируйте ответ.

6. Определите разницу между каналом распределения и логистической сбытовой цепью (ЛСЦ).

7. Какие этапы включает в себя стадия проектирования логистической сбытовой цепи (ЛСЦ)?

8. Дайте характеристику критериев оптимальности и ограничений логистической сбытовой цепи (ЛСЦ).

9. Что такое «учетно-договорные единицы ("transactionunits")», какую роль они играют в формировании логистической сбытовой цепи?

10. Перечислите и объясните три золотых правила физического распределения.

11. Определите и опишите полный цикл заказа. Почему он считается важным аспектом обслуживания клиентов?

12. Почему сокращение времени полного цикла заказа является одной из самых актуальных задач логистики? Дайте развернутый ответ.

13. Каковы цель и задачи логистики снабжения/закупок? Какое влияние оказывает логистика снабжения/закупок на деятельность компании?
14. На какие группы делится в общем виде номенклатура закупаемых внешних ресурсов?
15. Перечислите и кратко охарактеризуйте этапы закупочной деятельности предприятия.
16. Объясните сущность метода планирования потребностей на производственном предприятии.
17. Какие затраты необходимо сопоставить для принятия решения задачи «делать или покапать» в закупочной деятельности? Дайте развернутый ответ.
18. Охарактеризуйте преимущества и недостатки основных методов закупки, от каких факторов зависит выбор того или иного метода?
19. Каковы критерии выбора поставщика материальных ресурсов и услуг, какие из них считаются главными?
20. Между чем, и каким образом товарно-материальные запасы играют роль «буфера»?
21. Объясните, почему нельзя совсем обойтись без товарных запасов? Перечислите и раскройте функции товарных запасов
22. Объясните разницу между производственными запасами и запасами в торговле?
23. Для чего предназначен резервный (страховой) запас? Как можно вычислить его уровень?
24. Определение оптимального размера заказа (партии) по формуле Уильсона или определение экономического размера заказа (EOQ) – напишите формулу и объясните суть ее применения.
25. Почему управление запасами является важной частью хозяйственно-экономической деятельности компании? Каким образом размер запасов влияет на доходность компании?

26. Каким образом неопределенность спроса и времени поставки влияет на уровень запаса?

27. Объясните основную разницу между системами управления товарными запасами *фиксированным размером заказа и с фиксированной периодичностью заказа.*

28. Как поставщики могут участвовать в управлении вашими запасами?

29. По вашему мнению, какое влияние оказывает логистика на развитие транспорта?

30. Дайте сравнительную характеристику всех видов транспорта, по крайней мере, по трем критериям.

31. Какие задачи необходимо решить в процессе управления транспортировкой грузов?

32. Почему функция управления перевозками играет важную роль в осуществлении успешной деятельности компании? Дайте аргументированный ответ.

33. Объясните особенности видов перевозки (униmodalной, интерmodalной, мультимodalной, терминальной). Какие основные критерии используются при выборе способа перевозки?

34. Что такое грузовые и контейнерные терминалы? Какую функцию они выполняют?

35. В управлении перевозками, что означает задача «делать или покупать»? Какие факторы влияют на ее правильное решение?

36. Представьте, что вы менеджер по перевозкам крупной компании по производству мебели. Какую информацию вам следует собрать, прежде, чем выбрать грузового перевозчика? Какие факторы оказывают влияние на ваш выбор?

37. Объясните роль складирования в логистических системах. Назовите основные функции склада.

38. Дайте классификацию складов по месту в материальном потоке, по ассортименту, по конструкции. Какую классификацию складов предложила международная консалтинговая компания KnightFrank, какие параметры она учитывает?

39. Раскройте содержание технологического процесса на складе.

40. Какое понятие шире, логистический или технологический процесс на складе? Что является основой и целью организации логистического процесса на складе?

41. Какие подсистемы включает в себя система складирования? Каковы этапы выбора рациональной системы складирования, какие факторы влияют на этот выбор?

42. Какой экономический критерий используется при оценке вариантов систем складирования, напишите формулы и объясните.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 3

1. Объясните место и роль информационных систем и технологий в логистике. Какие конкурентные преимущества дает их использование для предприятия?

2. Дайте определение информационной системы, на какие группы они подразделяются? Какие виды интеграции информационных систем существуют?

3. Каковы особенности корпоративных информационных систем, каким образом они формируются? Какие уровни программного обеспечения могут быть использованы?

4. В чем схожесть и различие технологии штрих-кодирования и RFID-технологии? Объясните преимущества, которые дают компаниям применение этих технологий.

5. Какова основная цель управления логистической системой? От каких факторов зависит выбор структуры управления?

6. Объясните «за и против» существования единого отдела по логистике, т.е. отдела решающего свои вопросы наравне с отделами маркетинга, производственного, финансового.

7. Каковы основные задачи логистической службы?

8. Менеджеры – логисты, должны быть одновременно руководителями и специалистами. Почему?

9. Из каких этапов состоит процесс контроля в логистической системе? Дайте развернутый ответ.

10. «Чего не измеришь, тем не управляешь». В какой степени, как вы полагаете, данное утверждение верно в отношении логистической системы предприятия?

11. Каковы наиболее подходящие показатели логистической деятельности предприятия?

12. Приведите несколько примеров, как менеджер–логист может снизить уровень логистических затрат?

13. Опишите сущность, преимущества и возможные недостатки логистического аутсорсинга.

14. Почему логистических провайдеров называют еще третьей стороной? Опишите функции логистических провайдеров.

15. Каковы основные типы логистической стратегии. Что, в основном влияет на выбор логистической стратегии.

16. Существует единственная «лучшая логистическая стратегия, которой можно воспользоваться в любых обстоятельствах. Что вы думаете по поводу такого заявления?

17. Как логистическое планирование влияет и/или согласуется с корпоративной стратегией организации?

18. Что нужно учитывать при разработке логистической стратегии? Какие основные этапы в разработке логистической стратегии вы можете назвать?

19. Каким должен быть контроль над реализацией логистической стратегии и почему он так важен?

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные нормативных и технических документов. Студент знает и владеет навыком самостоятельной 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;

– 85-76 баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные нормативных и технических документов. Продемонстрированы практические умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены нормативные и технические документы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 баллов – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Кейс-задачи

по дисциплине «Коммерческая логистика»

Кейс 1. Креветочный бизнес

Задание:

1. Нарисуйте схему движения продукта от моря до обеденного стола.
2. Отметьте, какие части этой схемы являются областью логистики.

Вылов креветок производится малыми судами и траулерами. Суда выходят в море. Невод с уловом поднимается на палубу, где креветки отделяются от водорослей, рыбы и др. В южных морях, где температура воздуха и палубы очень высокая, креветки сразу промывают в морской воде и помещают в лед, поскольку, пролежав некоторое время на палубе, они начинают портиться (покрываться черными пятнами). Температура воздуха и время хранения являются критическими факторами.

Малые суда по ловле креветок должны возвращаться каждую ночь в порт, тогда креветки могут не помещаться в лед. Они немедленно продаются посредникам (владельцам ресторанов, кафе, прибрежных магазинов).

Траулеры могут находиться на месте лова неделю и больше, поскольку они оснащены рефрижераторами.

Когда креветки с больших траулеров прибывают на перерабатывающий завод, их промывают ото льда и кладут на конвейерную ленту, с которой специальные работники убирают поврежденные экземпляры. В тоже время механические грейдеры сортируют их по размеру.

Далее креветки в панцире пакуют в провощенные картонные коробки, взвешивают и замораживают. После замораживания коробки с креветками покрывают водой и замораживают в блоки льда, что бы они не высохали.

С перерабатывающего завода креветки направляют различным покупателям (оптовым, розничным), где они тоже должны храниться при температуре минус 20 градусов С.

Кейс 2. Проблема с тренажерами SuperGym в компании KiddieLand

1. Перечислите и обсудите преимущества и недостатки приобретения двухколесного трейлера для каждого магазина, чтобы использовать его для доставки тренажеров SuperGym

2. Перечислите и обсудите преимущества и недостатки доставки тренажеров SuperGym из розничных магазинов покупателям с помощью местных компаний грузоперевозок.

3. Перечислите и обсудите преимущества и недостатки хранения тренажеров SuperGym в центрах распределения, чтобы затем доставлять их грузовиками непосредственно покупателям.

4. Перечислите и обсудите преимущества и недостатки оплаты покупателям доставки тренажеров домой.

5. Какой из вариантов кажется вам предпочтительнее? Почему?

KiddieLand— это компания розничной продажи игрушек, находящаяся на Среднем Западе США. Ее 70 магазинов расположены в 7 штатах, их обслуживают 2 Центра распределения .

KiddieLand продает полный ассортимент игрушек, электронных и компьютерных игр и игровых комплектов. Акцент делается на продаже полного ассортимента товаров известных фирм, а также некоторых товаров фирмы KiddieLand.

Доналд Херст — менеджер по распределению компании KiddieLand. В его обязанности входит управление обоими центрами распределения, управление перевозками и контроль за запасами продукции. Главная задача Херста состоит в том, чтобы "обеспечить постоянное наличие во всех магазинах полного ассортимента товаров без избыточных запасов".

Однажды утром в конце декабря Дон, просматривая коммерческий план на новый год, обнаружил, что, начиная с марта, KiddieLand, начала рекламировать детский спортивный тренажер для занятий на открытом воздухе SuperGym. Особенно Дона заинтересовало то, что тренажер

продавался по цене 715 долларов. Ко всему оказалось, что SuperGym упаковывается в три ящика общим весом примерно 200 килограммов.

—Ну и ну! — подумал Дон. — Самый большой спортивный тренажер, который мы продавали до сих пор, стоил 159 долларов и весил всего 60 килограммов.

—Здесь, должно быть, какая-то ошибка, — думал Дон, идя по коридору в кабинет Ольги Ольсен, занимающейся покупкой игровых комплектов для KiddieLand. Ольга недавно заняла эту должность и была очень перегружена работой. Увидев Дона, Ольга воскликнула:

— Дон, мой друг, я хотела поговорить с вами.

И Дон понял, что его наихудшие опасения подтвердились.

На следующее утро Дон и Ольга встретились с менеджером по перевозкам Рэнди Смитом, А. Дж. Тотом, генеральным менеджером восьми чикагских магазинов KiddieLand, и Шэрон Рабьега, ассистенткой отдела распределения Дона. Прошедший год был на редкость удачным (по полученной фирмой прибыли), и все были в хорошем настроении, потому что премия за этот год была на 50% больше прошлогодней.

Тем не менее, А. Тот сразу перешел к делу:

— Вы хотите сказать мне, что кто-то сможет запихнуть жену, троих детей, собаку и тренажер SuperGym весом 200 кг в свой семейный автомобильчик и при этом не выйти из себя?

Рэнди вставил:

— К тому же, мы не можем доставлять SuperGym от фирмы-производителя прямо по адресу покупателя, потому что его отгружают только партиями по 10 единиц и никак не меньше.

Теперь заволновалась Ольга.

— Мы уже не можем отказаться от SuperGym, — сказала она. — Я договорилась о поставке 400 комплектов SuperGym для KiddieLand, и проспект с рекламой этого тренажера на прошлой неделе отправили в

типографию. Кроме того, — продолжила Ольга, — от SuperGym зависит общая прибыль.

Теперь масштаб проблемы стал очевиден для всех, кто присутствовал на собрании. В 15 часов Дон подытожил предложенные варианты. Вот они.

1. Приобрести для каждого магазина двухколесный трейлер.
2. Найти местную компанию грузоперевозок, которая сможет доставлять SuperGym из магазина покупателю.
3. Создать запас тренажеров SuperGym в двух центрах распределения и перевозить их грузовиками в розничные магазины и по пути покупателям.
4. Оплатить доставку, если покупатель не сможет сам доставить SuperGym домой.
5. Провести переговоры с фирмой — производителем SuperGym о непосредственной доставке тренажеров по адресу покупателя.

После окончания собрания все договорились встретиться в следующий понедельник, чтобы обсудить различные варианты.

Дон открыл собрание.

—Итак, — сказал он, — давайте еще раз рассмотрим возможные варианты. Шэрон, что вы выяснили по поводу покупки трейлеров для каждого магазина?

—Лучший вариант, — начала Шэрон, — который мне удалось найти, — это 1800 долларов за двухколесный трейлер при покупке 70 трейлеров, плюс на каждый магазин по 250 долларов за установку бамперного крюка и по 50 долларов в год за лицензию и страховку.

— О, нет, —возразила Ольга. — Мы можем рассчитывать на продажу только 5,7 комплектов на магазин, а это означает 368 долларов за доставку каждого тренажера SuperGym, — она быстро нажимала клавиши калькулятора, — т.е. мы теряем 147 долларов прибыли!

Затем Рэнди Смит проанализировал вторую возможность.

— До сих пор мы доставляли товары из наших магазинов на расстояния, не превышающие 45 километров; это стоило 38,21 доллара за

каждый комплект. Если расстояние меньше 45 километров, то тариф уменьшается; если — больше, то это стоит дополнительно примерно по 1,5 доллара за каждый километр сверх нормы.

Тут вмешалась Мэри.

— Согласно данным нашего отдела маркетинговых исследований, 85% наших покупателей едут до магазина меньше 25 минут, поэтому, вероятно, можно договариваться о твердом тарифе по 40 долларов за доставку.

Рэнди продолжил:

— Большинство компаний грузоперевозок, с которыми мы говорили, согласны доставлять товары дважды в неделю, но не ежедневно.

Затем обсуждение продолжила Шэрон:

— Компания автотранспортных перевозок, которая доставляет грузы из наших центров распределения, — это компания крупных грузоперевозок. Их менеджер говорит, что использование огромного автофургона для доставки товара отдельному покупателю не будет иметь смысла. Каждый раз, когда они пытаются это сделать, — продолжила Шэрон, — они сбивают пару почтовых ящиков и оставляют вмятины от грузовика на подъездной дорожке владельца дома.

Ольга добавила:

— Я обсуждала с фирмой — производителем SuperGym вопрос доставки тренажеров непосредственно по адресу покупателей, и они говорят, что это неудачная идея. Каждый раз, когда они пытались ее осуществить, — продолжила Ольга, — покупатель получал два первых ящика и ни одного — второго и третьего. (Как вы помните, комплект тренажера состоял из трех ящиков).

— Ну хорошо, Ольга, — вмешался Дон, — а что если мы оплатим покупателю доставку?

Ольга подумала минуту.

— Ну, мы никогда не делали этого раньше, но ведь мы никогда раньше

не продавали товары весом 200 кг. Итак, — продолжила Ольга, — у нас есть два варианта на выбор: либо доплачивать по 40 долларов за доставку каждого комплекта с помощью компании грузоперевозок, либо оплатить покупателю доставку.

— Это означает дополнительно затратить 16 тысяч долларов за доставку тренажеров, — добавила Ольга.

И еще одно, — сказал Дон. — Если мы будем оплачивать доставку, мы должны упомянуть об этом в рекламном проспекте. Ольга улыбнулась:

— Если мы решим платить за доставку, можно будет сделать в тексте рекламы небольшую вставку.

Кейс 3. «Новгородский хлебозавод»

1. Дайте краткую характеристику хозяйственной ситуации, сложившейся на ЗАО «Новгородский хлебозавод».

2. Проанализируйте каналы распределения готовой продукции предприятия. Определите, какие каналы являются прямыми, а какие — косвенными; какие — одноуровневыми, а какие — многоуровневыми.

3. Проанализируйте данные об объемах реализации продукции предприятием. С учетом других имеющихся данных сделайте выводы о наиболее перспективном канале сбыта готовой продукции. Какие проблемы необходимо решить, чтобы развивать эти каналы?

4. Подумайте и представьте список мероприятий, необходимых для реорганизации или модификации каналов распределения с целью повышения экономических результатов предприятия (снижение логистических затрат, увеличение объемов реализации и т. п.).

5. Ответьте на вопрос, будут ли необходимы мероприятия по расширению или сокращению штата коммерческой службы предприятия в условиях внедрения ваших предложений, а также как должен ставиться вопрос о финансировании, возможных рисках и информационных потоках.

Задание выполнить в письменном виде, оформить на листах формата А4.

ЗАО «Новгородский хлебозавод» является производителем хлебобулочных и кондитерских изделий, таких как: пряники, печенье, баранки, сушки, вафли, вафельные конфеты и торты, восточные сладости, макароны и т. п. Ассортиментный перечень составляет более 150 наименований.

Предприятие обладает производственными цехами (макаронный, прянично-бараночный, кондитерский, вафельный) и вспомогательными подразделениями (администрация, сбыт, снабжение, бухгалтерия, транспортный отдел, АХО).

Анализ работы отдела сбыта предприятия

Отдел сбыта входит в состав коммерческой службы предприятия, куда также входят транспортный отдел и отдел маркетинга. Штатный состав отдела сбыта следующий:

- начальник отдела;
- диспетчер по работе с магазинами города;
- старший оператор по работе с клиентами;
- оператор отдела сбыта;
- менеджер региональных продаж;
- менеджеры по работе с магазинами города (6 человек);
- региональные торговые представители (5 человек);
- кладовщики складов готовой продукции (4 человек);
- грузчики-экспедиторы отдела сбыта (10 человек).

Итого численность отдела сбыта составляет 30 человек. Каналы распределения продукции ЗАО «Новгородский хлебозавод» следующие.

1. Предприятие имеет три собственных фирменных магазина, осуществляющих розничную продажу. Один магазин находится при предприятии, остальные два — в районе города. Доставка в магазины осуществляется собственным автотранспортом предприятия.

2. Продукция предприятия также реализуется через магазины города. Доставка осуществляется автотранспортом предприятия посредством

кольцевого развоза. Для этого диспетчер отдела сбыта принимает заявки по телефону или через менеджеров по работе с магазинами города и организует три рейса по городу: одна автомашина на два—три района города. Развозку продукции осуществляют грузчики-экспедиторы отдела сбыта и водители транспортного отдела.

3. Продукция через региональных торговых представителей реализуется в близлежащих регионах. Доставка осуществляется в магазины автотранспортом предприятия. В обязанности региональных представителей входят сбор заявок с клиентов и контроль дебиторской задолженности, анализ региональных рынков сбыта.

4. Оптовые предприятия города, области и ближайших областей приобретают продукцию предприятия с целью последующей перепродажи. Этот канал распределения подразумевает самовывоз продукции.

5. Предусмотрены индивидуальные договоры с независимыми оптовиками о доставке продукции автотранспортом предприятия (вне зависимости от того, куда осуществляется доставка: в районе городской черты или за ее пределы). Например, предприятие осуществляет такую доставку в Московскую, Ивановскую, Владимирскую, Костромскую, Ярославскую и другие области.

Таким образом, предприятие имеет различные каналы товародвижения. Предприятие несет большие расходы на содержание собственных магазинов, а так же транспортные затраты на единицу продукции велики, так как доставка осуществляется маленькими партиями.

Среднемесячный объем реализации предприятия представлен в табл.

3.8.

Таблица 1 - Среднемесячный объем реализации предприятия

Вид продажи	Объем реализации, млн руб.	Удельный вес %
Фирменная торговля в городе	0,4	6,2
Фирменная торговля в регионах	0,8	12,3

Торговые точки города, в том числе частные предприниматели	1,3	20
Оптовые посредники города	1,1	16,9
Оптовые посредники в регионах	2,9	44,6
ИТОГО	6,5	100

Емкость рынка города составляет приблизительно 4,8 млн. руб. в месяц. Как видно из представленной таблицы, ЗАО «Новгородский хлебозавод» покрывает лишь часть этой потребности. Анализ деятельности менеджеров по городским продажам показал неэффективность их работы. Объемы реализации предприятия по этому направлению можно увеличить более чем на 50%. Однако для увеличения объемов сбыта существуют и другие препятствия:

- высокая цена продукции по сравнению с конкурентами (высокая себестоимость),
- сильная конкуренция на рынке,
- несоответствие качества ее цене.

Анализ работы транспортного отдела предприятия. В обслуживании потребителей задействовано 16 машин грузоподъемностью 5 т. и; 5 машин грузоподъемностью 1,2 т.

Анализ работы транспортного цеха показал следующие узкие места.

1. В сложившейся ситуации в рейс по городу отправляются в основном машины грузоподъемностью в 5 т. Это достаточно большие машины, удобные для грузчиков при разгрузке продукции, однако имеющие большой расход топлива в условиях городской езды. При этом средний тоннаж одного рейса по городу вполне позволяет использовать машины грузоподъемностью 1,2 т, где разместится весь ассортимент и исключены пересортицы при погрузке/разгрузке. Экономия на топливе при такой работе составит до 50%.

2. Покупка топлива водителями автотранспорта осуществляется за наличный расчет, что ведет к сложностям в контроле за расходами.

3. Автомашины предприятия (в основном крупнотоннажные) следуют из регионов порожние. Нет вариантов использования автотранспорта во время обратного следования.

Кейс 4.

Вопрос: Какой тип светильников вы порекомендовали бы выбрать? Почему? Какой тип светильников вы порекомендовали бы выбрать? Почему?

Светильники «Мэдисон ламп»

Архитектурная компания «ИстенБилдинг» (Малайзия) сделала заказ американской компании «Мэдисон ламп» на производство и установку 5400 одинаковых светильников. По условиям продажи «Мэдисон ламп» должна доставить товар в порт Малайзии, где покупатель вступит в права владения товаром.

Но препятствием к этому могут стать расходы на транспортировку. Первоначально планировалось, что светильники должны представлять собой цилиндры высотой и диаметром примерно по 28 см. Предполагалось упаковывать их в коробки размером 30х30х30 см. Эти коробки стоили по 60 центов и весили 0,5 кг. каждая. Светильникам присвоили название «Тип А», и производство каждого из них стоило 4 доллара. Светильник весил 4,5 кг., а с упаковкой 5 кг.

Светильники нужно доставить в порт Окленда. Тариф за перевозку до Окленда по суше составляет 1000 долларов за 12-метровый контейнер. Внутренние размеры контейнера, составляют 2,4 м. в ширину, 2,5 м. в высоту и 12 м. в длину.

Тариф за морскую перевозку от Окленда до порта в Малайзии составляет 800 долларов за контейнер, при условии, что каждый загруженный контейнер не может весить больше 22 тонн. Стоимость страховки перевозки по морю равна 2% от стоимости груза. Стоимость груза включает все затраты до момента погрузки на борт судна.

Поскольку заказ очень крупный, компания «Мэдисон ламп» решила изменить дизайн светильника и придать ему вместо цилиндрической формы

коническую. Преимущество такого варианта заключается в том, что конические светильники можно вкладывать один в другой. Конечно, между светильниками нужно предусмотреть какие-то прокладки, но зато при упаковке они обеспечивают дополнительную защиту. С другой стороны, при раскрое материала под коническую форму получается много потерь, в результате чего стоимость производства возрастает до 4,3 долларов за штуку. Светильникам присвоили название «Тип В». Их можно транспортировать вложенными один в другой, в упаковках по 6 штук. Размеры тары – 30x30x120 см. Стоимость единицы такой тары (включая стоимость прокладок между светильниками) равна 2 долларам. Общий вес с тарой составляет 31 кг.

(Для ответа на вопрос необходимо посчитать общую стоимость производства и транспортировки светильников типов А и В из США до порта в Малайзии).

Кейс 5. Ситуация в деревообрабатывающей компании «ДОК»

1. Почему создается впечатление, что повышаются одновременно все составляющие логистических издержек?
2. Каковы, по вашему мнению, основные проблемы, с которыми столкнулась компания «ДОК»?
3. Что бы вы порекомендовали сделать Ковалеву?

И. П. Ковалев занимает должность управляющего директора в компании «ДОК», выпускающей деревянные изделия для строительной отрасли. В последнее время его все больше беспокоят случаи доставок их продукции важным заказчикам с опозданием. Отрасль конкурентная, и Ковалев знает, что если он не сможет гарантировать своевременной доставки, заказчики перейдут к другим поставщикам. Особенно эта ситуация беспокоит менеджера по маркетингу, поскольку он работает с заказчиками в течение длительного времени и обещал им своевременные доставки, но иногда его обещания не выполняются.

Ковалев потребовал, чтобы менеджер по производству объяснил, почему так происходит. Менеджер заявил: «Наши поставщики задержали доставку некоторых пород дерева. Из-за нехватки основного сырья наши производственные планы оказались сорванными. Однако мы не можем винить поставщиков. Если к кому-то в компании и надо предъявить претензии, то к менеджерам склада, не имеющим достаточного запаса сырья, которым можно воспользоваться при задержке поступлений».

После этого Ковалев отправился на склад, чтобы разобраться на месте, что там происходит. Менеджер склада заявил, что у них все нормально. «За последний год запасы росли, а за самый последний месяц их размер стал максимальным. В настоящее время у нас крупные запасы по большинству категорий, но в то же время порой возникают случаи дефицита. Запасы велики, и порой возникает нехватка места для хранения продукции, что отрицательно влияет на наш бюджет. Я думаю, что вина лежит на отделе закупок, не заказывающем сырье в тех объемах, которые мы запрашиваем».

Ковалев убедился, что некоторые виды запасов действительно излишне велики, поскольку отдел закупок приобретает некоторые материальные ресурсы крупными партиями. В то же время закупки других видов сырья задерживаются, в результате чего возникает дефицит. Менеджер по закупкам объяснил ситуацию так: «Позвольте мне напомнить вам, что восемь месяцев назад вы распорядились сократить затраты на материалы. Я сделал это, воспользовавшись скидками, которые поставщики предоставляют на более крупные заказы. Часто я заказываю больше, чем требуется, допуская, что на каком-то этапе нам эти материалы все равно потребуются; к тому же мы получаем скидку, и сырье всегда есть в запасе, когда в нем возникает необходимость. Правда, порой запасы занимают слишком много места и стоят слишком дорого, тогда я задерживаю заказ до тех пор, пока не смогу объединить его с другими, чтобы получить более высокие скидки».

Ковалев решил, что наконец-то он оказался у источника, породившего проблемы, и что, возможно, ему надо потребовать, чтобы политика закупок

была пересмотрена. Однако после этого он переговорил с менеджером по транспорту, но тот вовсе не был в этом уверен. «Мы действуем гораздо более эффективно, когда привозим заказы более крупными партиями, — сказал он. — Если вы сократите средний размер запасов, затраты на транспортировку повысятся. Наш бюджет и так уже на пределе, а нам придется дополнительно платить за экспресс-доставку тех материалов, которые срочно потребуются производству. Если вы снизите объем заказа, число случаев дефицита возрастет, больше станет экспресс-доставок и в конечном счете это приведет к росту затрат».

Ковалев переговорил с некоторыми крупными поставщиками, чтобы посмотреть, могут ли они каким-то образом улучшить доставку продукции в компанию. К сожалению, когда он говорил с одной компанией, его представители упомянули о задержках платежей. Это противоречило принятой в «ДОК» политике немедленной оплаты счетов-фактур, и поэтому Ковалев потребовал объяснений от бухгалтерского отдела. В результате он получил неутешительные известия, что затраты на запасы и транспортировку были настолько высокими, что компания столкнулась с нехваткой наличных средств. «Мы задержали наши платежи, чтобы улучшить поток наличных. Чтобы заплатить поставщикам за последний месяц, нам пришлось воспользоваться банковским овердрафтом».

Позже, в тот же день, Ковалев обнаружил, что сведения о запоздании поставок заказчикам, т.е. информация, заставившая его провести расследование, на самом деле была вызвана плохими прогнозами по продажам, подготовленными отделом маркетинга. Они сильно занизили спрос, и поэтому плановое производство продукции было слишком низким. Таким образом, хотя все сотрудники в «ДОК» старались делать свою работу как можно лучше, на самом деле ситуация становилась все хуже и хуже.

Кейс 6. Организация логистической деятельности при производстве керамического кирпича в ООО «Л-Пермь»

1. Определите основной круг ответственности заместителя директора по экономике и финансам в части логистических операций на ПКК.
2. Как вы считаете, стоит ли изменить структуру управления ПКК?
3. Определите показатели эффективности логистической деятельности ПКК.

Производство керамического кирпича (ПКК) является самостоятельным структурным подразделением ООО «Л-Пермь» (Л-П), который, в свою очередь, входит в вертикально интегрированную крупную нефтяную компанию. Кроме ПКК, в систему Л-П входят следующие структурные подразделения:

- топливное производство;
- производство масел;
- производство кокса и нефтебитума;
- управление материально-технического обеспечения (УМТО);
- подсобное хозяйство и профилакторий. В логистическую систему

ПКК в качестве основных входят следующие операции:

- планирование поставок сырья и других необходимых для производства материалов;
- анализ и выбор поставщиков;
- документальное оформление закупаемой продукции;
- транспортировка;
- складирование и хранение;
- погрузо-разгрузочные работы;
- входной контроль качества;
- упаковочные и маркировочные работы;
- управление товарными запасами.

Управлением доставкой сырья, материалов и оборудования на ПКК занимаются горнотранспортный цех и коммерческий отдел в зависимости от того, что поставляется на предприятие.

Горнотранспортный цех, действуя в соответствии с утвержденным в Пермской области Планом развития горных работ, осуществляет добычу глины на Каменском месторождении кирпичных глин, принадлежащем ПКК, и ее доставку до открытых глинозапасников (в которых глина хранится в течение 1-1,5 года с целью гомогенизации), проведение контроля качества сырья, транспортировку глины в заводской закрытый глинозапасник.

Исходя из специфики производства керамического кирпича при поставке сырья на ПКК построена логистическая система с прямыми связями, при которой материальный поток (в данном случае речь идет о поставках сырья на ПКК) доводится до потребителя без участия посредников, на основе прямых хозяйственных связей.

Обеспечением доставки других товарно-материальных ценностей на ПКК занимается коммерческий отдел при взаимодействии с Управлением материально-технического обеспечения (УМТО) Л-П, в котором действуют Отдел закупок и Отдел запасов.

УМТО разработало стандарт, составленный на основе международных стандартов серии 130-9001. Оценка и выбор поставщиков осуществляется на основе их способности выполнить требования договора на поставку, включая требования к качеству поставляемых материалов и оборудования. Перечень одобренных поставщиков по видам закупаемых материалов и оборудования оформляется в виде конкурентных карт, утверждаемых в УМТО.

Транспортировку закупаемой продукции (имеется в виду любая материально-техническая продукция, поставляемая на предприятие, включая глину) осуществляет ООО «Л-Транс». Организацией и обеспечением хранения поступающих на ПКК сырья, материалов и оборудования занимается коммерческий отдел.

Управлением исходящими материальными потоками занимается Отдел организации отпуска готовой продукции (ОООГП) ПКК.

Основные логистические операции, которые осуществляет ОООГП при доставке готовой продукции клиентам:

- упаковка и маркировка кирпича;
- управление запасами готовой продукции;
- складирование и хранение готовой продукции;
- погрузо-разгрузочные работы;
- обслуживание клиентов при операциях по доставке товара;
- мониторинг удовлетворения запросов потребителей кирпича в части

оказанных сервисных и транспортных услуг.

Работы по упаковке и маркировке кирпича как элементы логистики включают:

— сохранность кирпича на складе. Кирпич укладывается на деревянные европоддоны, перевязывается пластиковой стрип-лентой и упаковывается в термоусадочную полиэтиленовую пленку на полностью автоматизированной линии. Готовая продукция в упакованном виде штабелируется в три яруса на бетонных площадках с помощью вилочных автопогрузчиков. Факт хищения кирпича обнаруживается моментально при нарушении целостности упаковки;

— выбор тары при организации доставки готовой продукции. Изучив характеристики и технико-эксплуатационные особенности автомобильного и железнодорожного транспорта, ОООГП использует европоддоны двух размеров: 1 х 1 м для отправки его потребителям автотранспортом и 0,7 х 1 м для отправки железнодорожным транспортом. На поддон укладывается 264 шт. кирпича, вес поддона 0,8—1 т в зависимости от ассортимента кирпича. Применяемые виды тары и упаковки кирпича позволяют на 100% загружать железнодорожный полувагон и максимально эффективно использовать технико-экономические особенности автомобильного транспорта;

— сохранность кирпича при погрузо-разгрузочных работах. Пакетирование

кирпича позволяет при проведении погрузо-разгрузочных работ использовать всевозможные захваты и специализированную складскую технику — вилочные погрузчики. Выгода пакетирования очевидна -100%-ная сохранность готовой продукции плюс быстрота погрузки (1 поддон за 1—1,5 мин.);

— маркировку кирпича. Маркировка кирпича указывается в соответствии с системой менеджмента качества «Идентификация продукции» (130-9001). Как элемент внутри корпоративного стиля этикетка имеет товарный знак «Л-П» и данные предприятия-изготовителя.

Управление товарными запасами направлено на решение вопросов обеспечения гарантийного запаса с целью безусловного исполнения обязательства по договорам с потребителями кирпича, обеспечения процедуры контроля за запасами и определения их стоимости.

При складировании и хранении готовой продукции ОООГП определяет:

- конструктивные особенности и возможности складских площадок;
- методы и способы хранения;
- схемы использования складского пространства;
- формы использования тех или иных складских машин (автокраны, вилочные погрузчики, автопогрузчики);
- выписывает складскую, сопроводительную и товарораспорядительную документацию.

Руководство ПКК строго ориентируется на высококачественное обслуживание клиентов, вкладывая в это понятие в области логистики следующее содержание:

- надежность поставки готовой продукции — точность исполнения заказа в строго обусловленное договором время;
- полная гарантия исполнения всех заказов клиентов;

- особые условия клиентам, вошедшим в список «Постоянные потребители»;
- гибкость обслуживания. Возможность изменения даты и сроков поставки, адреса доставки, возможность полного аннулирования заявки;
- правильность исполнения всех заказов;
- информационное обслуживание клиентов.

Организационная структура логистической деятельности на ПКК матричная. Это означает, что функции логистики горизонтально пронизывают всю деятельность предприятия.

Курирует логистическую деятельность на ПКК заместитель директора по экономике и финансам. Анализ логистической деятельности на предприятии показал, что при доставке сырья на предприятие и готовой продукции потребителям доля логистической составляющей (транспортной) по керамическому кирпичу составляет 10%.

Кейс 7. «Обеспечение качества логистических операций»

1. Выскажите Ваше мнение по существу действий компании «Проктер энд Гембл» по улучшению взаимоотношений с клиентурой.

Компания «Проктер энд Гембл» пересмотрела свои отношения с клиентурой. Президент компании недавно пожаловался, что последнее время компания здорово теряла на излишних затратах, связанных с разнобоем учета и исполнения заказов. Далее президент добавил, что компания затратила более 250 млн. долларов за последние четыре года с целью упрощения системы по-ставки товаров в оптовую и розничную сеть.

В настоящее время система взаимоотношений компании с оптовыми и мелкооптовыми торговцами строилась исходя из следующих принципов. Те компании, которые закупали шампуни и косметику, получали 2%-ю скидку, когда оплата за товар производилась в течение 30 дней после осуществления отгрузки со складов «Проктер энд Гембл». Компании, которые закупали мыло, пищевые масла разных наименований и полуфабрикаты для

приготовления кондитерских изделий, получали 2%-ю скидку в случае оплаты, произведенной всего в 10-дневный срок после отгрузки. 2%-ю скидку за 15-дневный срок оплаты счетов «Проктер энд Гембл» получали компании, закупающие бумажные изделия (салфетки, полотенца).

По новой системе различий по категориям товаров производиться не будет. Все закупщики получают 2%-ю скидку при оплате счетов «Проктер энд Гембл» в течение 19 дней. Единственным исключением стали товары парфюмерии, на которые давались скидки по старой системе. Одновременно, по новому плану, срок оплаты счетов «Проктер энд Гембл» починал отсчитываться с момента, когда компания получала товар, то есть с момента поступления товара, а не его отгрузки со складов «Проктер энд Гембл». Это дает возможность закупщикам выиграть несколько дней в сроках оплаты.

В то же время компания «Проктер энд Гембл» решила ввести систему, которая стимулировала бы закупки товаров полными автомобильными партиями.

Смысл ранее действующей системы был в том, что оптовики могли закупить товары полными или частичными автомобильными партиями, в зависимости от своих нужд. Однако, при этом они вынуждены были заказывать товар только одного наименования, независимо от того, была ли это полная автомобильная отправка или нет. Так, оптовик, закупающий порошок «Тайд» неполной автомобильной партией, тем не менее, не мог сгруппировать груз (порошок) с другим товаром «Проктер энд Гембл», например с кофе «Фолд-жерс». В результате, многие оптовики закупали целые партии товара впрок (автомобильными партиями), не испытывая в этом особой нужды, а на складах «Проктер энд Гембл» один товар заканчивался раньше, чем другие.

По новой системе оптовикам разрешалось группировать товары до полных автомобильных партий в какой угодно компоновке. В то же время они могли, если в этом есть нужда, заказывать полную или частичную автомобильную отгрузку товара одного наименования. Причем мелкие

оптовики и закупщики могли объединяться и группировать свой товар в рамках одной автомобильной отправки, правда, при этом автомобильный тариф для них несколько увеличивался.

Кейс 8. «Логистический анализ издержек»

1. В чем разница между традиционным и логистическим анализом издержек? В чем привлекательность анализа издержек по направлениям деятельности?

2. Представьте себя на месте господина Иванова и проведите анализ издержек по видам деятельности, а также анализ прибыльности каждого и сегментов деятельности «Зари». Какой сегмент, на ваш взгляд, представляет наибольший интерес для предприятия с точки зрения его прибыльности, а также с точки зрения других аспектов, например стратегического развития «Зари»?

3. Как могут выглядеть отчеты Иванова для директора по логистике? В каком виде, согласно известной вам классификации логистической отчетности, должны предстать сформированные отчеты? Приведите примеры отчетов, учитывая при этом требования директора по логистике.

4. Исходя из результатов вашего анализа, прокомментируйте, следует «Заре» согласиться на изменения или нет? Как вы при этом оцениваете доводы менеджеров других отделов?

5. Следует ли «Заре» в стратегической перспективе отказаться от какого-либо сегмента деятельности? Обоснуйте ваш ответ.

6. Если цены в крупных магазинах массового спроса поднимутся на 20%, изменит ли это ваши ответы на два предыдущих вопроса?

7. Какие факторы, кроме прибыли» необходимо принимать во внимание в процессе принятия решения директором по логистике и почему?

8. Подумайте, возможно ли в данной ситуации использование логистического аутсорсинга? Если да, то какие услуги целесообразнее всего «Заре» передать в ведение логистическому провайдеру?

Описание конкретной ситуации, с которой столкнулась одна из отечественных компаний в процессе своего функционирования на рынке производства и продажи шоколада и шоколадных конфет:

господин Иванов, менеджер по анализу логистических издержек ЗАО «Заря», столкнулся со следующей задачей. Новый директор по логистике, господин Смирнов, получил письмо от фирмы «Русь» — единственного заказчика компании среди крупных розничных торговцев товарами массового спроса, — содержащее ряд претензий к работе «Зари». В частности, «Русь» указала на следующие недостатки:

- слишком частая нехватка запасов;
- низкий уровень обслуживания и медленная реакция на сервисные запросы;
- высокие цены на продукцию.

Письмо предупреждало, что если «Заря» хочет остаться поставщиком «Руси», компания должна:

- обеспечить прямую доставку заказов непосредственно в розничные магазины четыре раза в неделю (вместо трех);
- установить автоматизированную справочную систему (стоимость 10 тыс. долл.) для ускорения реакции на запросы клиентов;
- снизить цены на продукцию на 5%,

Хотя предыдущий директор по логистике уже собирался внедрить предложенные клиентом изменения, господин Смирнов поступил иначе. Он потребовал, чтобы Иванов провел детальный анализ прибыльности по всем направлениям деятельности компании «Заря». При этом он попросил, чтобы анализ был подготовлен в виде электронных таблиц, позволяющих основательно изучить представленные результаты. Иванов никогда раньше этого не делал, но задание нужно было выполнить к завтрашнему дню.

Справка о компании «Заря», «Заря» занимает пятое место по объему производства шоколада и шоколадных конфет на российском рынке. Предприятие было основано в Москве в 1962 г. После неудачных попыток

завоевать европейский рынок фирма ограничилась & основным местными операциями.

В настоящее время фирма производит и поставляет свою продукцию предприятиям розничной торговли трех видов: бакалейным магазинам; аптекам и крупным магазинам (супермаркетам), торгующим товарами массового спроса.

Наибольшая доля продаж сосредоточена в бакалейном сегменте, где 36 магазинов ежегодно закупают 40 тыс. ед. продукта и приносят компании более 50% дохода.

В аптечном сегменте на 39 торговых предприятий приходится ежегодно 18 тыс. ед. продукта, что дает более 27% годового дохода.

В сегменте товаров массового спроса у «Зари» имеется только один клиент, располагающий тремя торговыми точками, который обеспечивает ежегодно 22 ед. продукции и почти 22% дохода компании.

Все распределение осуществляется напрямую с доставкой в магазины, причем водители занимаются еще и приемкой подлежащих возврату залежалых продуктов, а также размещением доставленных товаров в торговых залах и подсобных помещениях.

Недавно «Заря» начала активные поиски путей увеличения своей рыночной доли в сегменте товаров массового спроса, обладающем высоким потенциалом прибыльности. Однако хотя фирме в основном известна общая рыночная ситуация, сегментный анализ потребителей она никогда не проводила.

Статистика деятельности. Некоторое время назад Иванов посещал семинар в одном крупном университете г. Москвы, посвященный анализу издержек по видам деятельности (бизнес-процессам, операциям). Он решил применить полученные на семинаре знания к конкретной ситуации, но не был уверен в том, что точно знает, как это сделать. Он не вполне понимал связь между калькуляцией издержек по видам деятельности и сегментным анализом прибыли, но твердо знал, что первым шагом в любом случае

является определением соответствующих затрат. Иванов достал копию последнего отчета о прибылях и убытках «Зари» (табл. 9.2). Кроме того, у него была информация о логистических издержках по видам деятельности предприятия (табл. 9.3).

Таблица 9.2 - Отчет о прибылях и убытках (в у.е.)

Доход	
Чистый доход с продаж	150 400,00
Процентный доход, прочие доходы	3215,00
Всего	153 615,00
Расходы	
Себестоимость проданных товаров	84 000,00
Прочие издержки производства	5660,00
Маркетинговые и прочие расходы	52151,20
Процентные платежи	2473,00
Всего	144 284,20
Прибыль	9330,80
Налог на прибыль	4198,86
Чистая прибыль	5131,94

Таблица 9.3 - Ежегодные логистические издержки по видам деятельности (в у.е.)

Направление деятельности	Категория клиентов		
	Бакалейный	Аптеки	Крупные
Затраты на поддержание запасов (долл./доставка)	1,8	1,2	2,8
Затраты на информацию (годовые)	1000,0	8000,0	1000,0
Затраты на доставку (долл./доставка)	5,00	5,00	6,00
Удельные торговые издержки	1,90	2,30	1,50

Все доставки осуществляются напрямую в торговые точки; по два раза в неделю - в бакалейные магазины, но одному разу в неделю — в аптеки и по три раза в неделю - в магазины массового спроса.

Для поддержания обратной связи с потребителями и отслеживания их продаж «Заря» установила сканирующие устройства, обеспечивающие поступление оперативных данных из бакалейных магазинов и супермаркетов.

Ежегодные затраты на эти цели составили по 1000 у.е. на каждый сегмент. Для получения данных о продажах из аптек пришлось вооружить портативными сканерами водителей, производящих доставку.

Величина расходов на доставку зависят от типа используемого транспорта. Доставка заказов в аптеки и бакалейные магазины осуществляется стандартными грузовиками, тогда как для доставки крупных заказов в супермаркете используются более мощные транспортные средства.

Помимо него, Иванов знал, что «Русь» требует от «Зари» клеивать на указанном товаре розничную цену биркой со сниженной ценой. Аренда оборудования для создания этих бирок обойдется в 5 тыс. у.е. ежегодно. Дополнительные траты на оплату труда и материалов составят 0,03 у.е. в расчете на одну бирку.

Последние размышления. Когда господин Иванов сидел в своем кабинете, разбираясь с информацией, чтобы провести сегментный анализ прибыльности, он получил несколько непрошенных советов.

Господин Александров, менеджер по маркетингу, убеждал его не тратить понапрасну силы на анализ: «"Русь", несомненно, наш самый главный заказчик. Мы должны немедленно осуществить требуемые изменения».

Господин Егоров, директор по производству, с этим не согласился. Он считал, что дополнительные затраты, которые понадобятся для удовлетворения требований «Руси», слишком велики: «Мы должны дать понять умникам из "Руси", что мы на самом деле думаем об этих их особых запросах. Бирки, еще чего! Что они себе воображают— чем мы тут занимаемся?»

В отделе продаж мнения разделились. Господин Елизаров полагал, что важнее всего сегмент бакалейной торговли: «Взгляни на этот объем! Они же наши лучшие клиенты».

Бурная полемика, развернувшаяся вокруг его задания, беспокоила Иванова, Следует ли ему удовлетвориться рекомендациями кого-то из сотрудников?

Иванов закрыл дверь своего кабинета. Опираясь на доступную информацию и свои знания о калькуляции издержек, он до утренней встречи с директором по логистике должен был закончить сегментный анализ и подготовить соответствующие таблицы.

Кейс 9. «Основные проблемы производственной логистики»

На основании записи реплик планерки производственного предприятия сформулируйте основные проблемы данного предприятия. Что предприятию необходимо срочно предпринять? Составьте план действий.

Типичное российское предприятие. Ежемесячная (еженедельная) планерка:

– За этот квартал мы заработали немало денег, но оборотных средств все равно не хватает...

– Сборочный конвейер встал! Крыльчаток нет! Ну все есть, металла - так на два года вперед закуплено, а каких-то крыльчаток нет! И так постоянно: какие-то мелочи в дефиците – и производство встает...

– Так с запасами стали же бороться – вот и подсократились. А сталь, так это наследие тяжелых времен... Кроме того, каждый месяц закупаем по 40 тонн – так дешевле.

– ЦМС завален материалами под самую крышу, но постоянно что-то в дефиците...

– Мы все так же, с завидным постоянством срываем сроки заказов. Это вина отдела продаж – им все равно, какие заказы принимать, только бы принять!

– Не валите с больной головы на здоровую: не можете выполнить даже заказы с согласованными на прошлой планерке сроками...

– На какой прошлой планерке? У нас каждый день планерки, работать некогда, только планируем, планируем, а толку?

– За этот месяц нам удалось повысить эффективность рабочих участков сборочного цеха почти до 80 процентов!

– Да, но посмотрите, что стало с незавершенным производством: по цеху невозможно пройти – все проходы завалены. У нас опять нет денег на зарплату рабочим....

– Сейчас рынок может брать у нас по 40 штук в месяц, но мы по-прежнему не можем производить больше 30, хотя только что ввели в строй новую автоматизированную линию. У нас огромный срок выполнения заказа, хотя общее время производства – небольшое. Пять бюро и отделов заказ клиента проходит, прежде чем спуститься в производство. И чем эти люди только занимаются? Хотя вроде бы все нужны...

– Вы говорите, что производство и снабжение делают прогнозы продаж лучше нас? Да в наших условиях просто невозможно прогнозировать – вот мы все время и ошибаемся...

– Вы уже замучили нас непрерывными конструкторскими извещениями. Не всегда понимаем, что производить...

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные нормативных и технических документов. Студент знает и владеет навыком самостоятельной 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;

– 85-76 баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные нормативных и технических документов. Продемонстрированы практические умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в

оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены нормативные и технические документы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 баллов – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Деловая игра по дисциплине «Коммерческая логистика»

Тема. Структурная реорганизация системы распределения готовой продукции

Цель игры: научиться в условиях заданной ситуации выявлять проблемы организации, связанные с подсистемой логистики распределения, а также разрабатывать логические варианты реорганизации этой подсистемы.

Порядок деловой игры. Все студенты разбиваются на группы по 3—4 человека. Одна группа будет представлять экспертную комиссию, а остальные — рабочие группы.

Предполагается, что экспертная комиссия — это представители высшего звена (директор по производству, директор по маркетингу, директор по логистике, коммерческий директор и др.). Рабочая группа — это представители среднего звена (маркетологи, логисты, сбытовики), которым после проведенного экстренного консилиума было выдано задание: разработать проект реорганизации подсистемы распределения с учетом сложившихся внутренних и внешних условий.

Таким образом, каждая рабочая группа должна самостоятельно изучить ситуацию и последовательно ответить на предлагаемые ниже вопросы. В результате у каждой группы получится свой вариант развития событий, который ей предстоит представить на суд экспертной комиссии.

Экспертная комиссия в свою очередь должна разработать систему оценки проектов на основе сформулированного ниже задания и оценить все проекты соответствующе.

По итогам работы экспертная комиссия выносит решение о победившем проекте.

Примечание. Для получения адекватного результата предлагается ввести в игру координатора экспертной комиссии, которым должен выступать преподаватель.

Условия деловой игры

1. Характеристика организации.

Предприятие «Русь» расположено в г. Железногорск Курской области. «Русь» является небольшим производителем кровельного материала. Кровельный материал организация продает в основном на территории Курской области, в Москву и Московскую область и территориально сопряженные области (Брянскую, Орловскую). Ежегодные объемы продажи составляют 38 млн руб. (среднее значение по отрасли). В последние годы бизнес идет удачно, объемы продаж ежегодно растут.

Строительство домов и коттеджей постоянно увеличивается (основной целевой рынок предприятия «Русь»). Это происходит в основном по причине того, что доходы населения страны после некоторого кризисного периода имеют тенденцию к увеличению, тем самым желание устроить быт в более благоприятных условиях и благодатном климате имеют место быть. Помимо этого, в последние годы наметился значительный рост инфраструктурного строительства (потенциальный рынок). Естественно, темпы роста строительства домов и коттеджей в Московском регионе более высокие, чем в целом по стране.

Помимо предприятия «Русь», в представленных областях России действуют и другие фирмы — производители кровельных материалов, которые открывают здесь свои производства или строят распределительные склады. Наиболее жесткая конкуренция проявляется на территории Москвы и Московской области.

За последние годы конкуренция на рынке строительства домов сильно возросла. Цены на строительные, в том числе и на кровельные, материалы импортного и соответственно отечественного производства пошли вниз.

Строительные компании также испытывают конкуренцию и в переговорах с производителями, которые настаивают на постоянном снижении цен.

В сложившихся условиях генеральный директор предприятия «Русь» встретился с высшим руководящим составом организации для разработки общей стратегии развития компании и стратегии реорганизации сбытовой сети в частности. Основанием для таких мер послужила необходимость позиционирования предприятия в отношении реальных и потенциальных сегментов рынка, а также создания высокоэффективного механизма обеспечения выбранных позиций.

В рамках длительного консилиума было решено, что предприятие должно стать дешевым производителем высококачественного кровельного материала. Только это ему позволит оставаться конкурентоспособным предприятием и сохранить уровень доходов, а в перспективе повысить этот уровень. В связи с этим оба небольших завода предприятия должны работать с максимальной эффективностью и на полную мощность. Если уровень производства упадет, то простой оборудования вызовет рост непроизводительных расходов и издержек производства, а следовательно, рост цены продукции, что чревато потерей рынков сбыта. Руководство и реализация этого направления развития в рамках принятой общекорпоративной стратегии были возложены на производственную подсистему и подсистему снабжения с привлечением специалистов по

логистике, задача которых должна заключаться в поиске оптимальных вариантов обеспечения производственных процессов.

2. Характеристика службы логистики

Служба логистики на предприятии присутствует достаточно давно, а директор по логистике работает в организации уже более 7 лет. Функции подсистемы логистики заключаются в обеспечении координации всех функциональных подсистем и их контроле. Для этого структурно были выделены функциональные логисты, которые позиционировались в отделах, разрабатывая совместно с представителями отделов наиболее оптимальные схемы продвижения материального потока по элементам логистической цепи, а также способствовали практическому внедрению данных схем и осуществляли контроль выполнения операций.

Дабы исключить противоречия на стыках (в точках соприкосновения звеньев) логистической цепи, логисты всех функциональных подсистем непрерывно взаимодействовали, согласовывая схемы продвижения материального потока в пространстве и во времени (ориентируясь на производственный план и оперативные изменения, например связанные с необходимостью обеспечения непредвиденных, но стратегически важных поставок). Также логисты обменивались собственными проблемами организации процессов. Это было необходимо для того, чтобы интегрировать оптимизацию движения материального потока, а каждому функциональному звену лучше понимать нужды предшествующих и последующих звеньев, а в конечном итоге понимать, как от работы того или иного подразделения зависит интегральный результат, выраженный в максимизации удовлетворения нужд клиентов.

Директор по логистике также присутствовал на проведенном общем совещании руководства, где в конечном итоге, как уже известно, была определена общекорпоративная стратегия фирмы — «низкие цены + высокое качество». Однако на этом совещании рассматривался и второй вопрос, касающийся структурной реорганизации подсистемы распределения готовой

продукции, которая, как виделось генеральному директору предприятия, является не только необходимой, но и незамедлительной. Таким образом, в данной ситуации директору по логистике было предложено лично заняться координацией этого проекта.

Директор по логистике до этого дня неплохо координировал процесс распределения продукции предприятия с обоих заводов. Он даже лично неоднократно получал благодарные письма клиентов. Однако в условиях все возрастающей конкуренции и принятых направлений развития фирмы реорганизация все же назрела.

3. Характеристика системы распределения

Смысл сбытовых операций на сегодняшний день состоит в том, что предприятие обладает 35 грузовиками, которые оперативно по заказам клиентов и строго в определенные сроки завозят со склада кровельные материалы на строительные площадки. Эти же грузовики доставляют материалы с двух заводов на четыре склада, расположенные в Железногорске (2), Московской области (1), вблизи Курска (1). Каждый из четырех складов содержит полный набор всей продукции предприятия. Из-за некоторого снижения сбыта, вызванного возросшей конкуренцией, все четыре склада в настоящее время заполнены продукцией, приходится даже в полной мере использовать заводские склады.

Дальнейшее распределение продукции со складов осуществляется через оптовых и мелкооптовых посредников. При этом транспортное обслуживание со стороны предприятия не предусматривается.

Тем не менее, на совещании было однозначно решено, что поддержание обслуживания клиентов на высшем уровне должно являться основой новой стратегии и системы распределения, поскольку это единственный путь при прочих равных условиях повышения своей конкурентоспособности. Иначе предприятие ожидает крах.

4. Характеристика конкурентов

Основной конкурент предприятия «Русь» на областных рынках (за исключением Москвы и Московской области) не имеет своих складов и осуществляет поставки кровельных материалов с арендованных складов грузовиками автотранспортных фирм. Кроме того, водители этих грузовиков никак не участвуют в процессе погрузки и разгрузки грузов в отличие от водителей «Руси», которые всегда помогают на строительных площадках. Использование конкурентом грузовиков автотранспортных фирм приводит к тому, что нарушается принцип «точно в срок», т. е. имеют место задержки в доставке.

В Московском регионе дело обстоит сложнее. Конкурентов гораздо больше, а системы сбыта продукции гораздо интереснее с точки зрения максимального приближения к клиенту, пакету предлагаемых сопутствующих услуг, в том числе с точки зрения адаптивной политики скидок.

Задание для рабочих групп: определите, какие стратегические решения в области реорганизации системы распределения должны быть приняты руководством предприятия, последовательно отвечая на следующие вопросы.

1. Какую структуру сбыта мы представляем сейчас? Схематично обозначьте существующие каналы распределения.

2. Какую систему распределения (с обозначением целевых рынков) мы хотим видеть в ближайшей и стратегической перспективе? Сформулируйте задание на проект.

3. Определите альтернативные варианты организационных преобразований системы распределения готовой продукции. Схематично обозначьте предлагаемые варианты проектов.

4. Определите существующие и необходимые ресурсы для реализации альтернативных проектов в рамках известных данных (инфраструктурные, кадровые, технические и т. п.).

5. Определите параметры, на ваш взгляд наиболее приоритетные, для оценки альтернатив. Проранжируйте выбранные параметры. В качестве параметров могут выступать следующие: сохранение единства корпоративного духа участников процесса распределения; срок окупаемости проекта; затраты на проект; необходимость привлечения внешних инвестиций; возможность применения аутсорсинга в узких местах системы распределения; надежность посредников различного типа (если таковые будут иметь место в проекте) и др.

Параметры рекомендуется выделить те, которые можно прокомментировать в обозначенных условиях, или предложить по параметрам возможные ограничения. То есть в заданных условиях мы не можем говорить о сроках окупаемости того или иного проекта или о стоимости реализации проекта, однако это, несомненно, весомые характеристики. Но мы можем обозначить желаемые результаты и принять их равными в процессе выбора альтернативы для всех вариантов проектов. Такое допущение, естественно, возможно только для данной ситуации и никак не допустимо в реальной жизни.

Ранг параметра определяется на основе выделенных группой приоритетов.

6. Оцените по списку обозначенных параметров предложенные вами альтернативные проекты и сформулируйте свой вывод относительно окончательного проекта реорганизации системы распределения.

7. Если Ваш проект реорганизации предусматривает удлинение и расширение каналов распределения, то обозначьте кратко договорные условия работы с тем или иным посредником, учитывая его тип. Какие виды договоров здесь будут иметь место?

8. Как в рамках вашего проекта будет организован отдел сбыта предприятия? Какова будет его функциональная сущность? Как будут позиционироваться в новых условиях логисты из соответствующей службы?

Задание для экспертной группы: проанализируйте ситуацию и выберите наиболее перспективный проект реорганизации системы распределения продукции и услуг, последовательно выполняя следующие действия.

1. Определите, какие на ваш взгляд (учитывая, что вы представляете высшее руководство предприятия) параметры оценки системы распределения продукции в данной ситуации представляют наибольший интерес для организации. Составьте их список, проранжируйте и присвойте каждому параметру весовую характеристику.

Обозначьте шкалу балльной оценки выбранных параметров (например, 10-балльная).

Данный пункт работы выполняется совместно всеми членами комиссии.

2. Составьте табл. 3.9.

Таблица 3.9 - Расчетная таблица

Ранг параметра	Наименование параметра	Вес параметра	Оценка проектов									
			Проект 1		Проект 2		Проект 3		...		Проект n	
			Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса	Балл	Балл с учетом веса
1												
2												
3												
...												
n												
Результат (сумма)		1										

3. Оцените предлагаемые рабочими группами проекты и соответствующие результаты занесите в табл. 3.9.

Каждый член экспертной комиссии оценивает проекты самостоятельно, т. е. выставляет в соответствии с выбранной шкалой балл

напротив всех обозначенных параметров с учетом того, как он позиционируется в проекте.

Балл с учетом веса определяется как произведение выставленной членом экспертной комиссии оценки на присвоенный данному параметру вес.

1. По окончании индивидуальной работы все члены экспертной комиссии суммируют полученные результаты, т. е. по каждому проекту определяется суммарный результат. Тот проект, который наберет наивысшую сумму, побеждает в данной игре.

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные нормативных и технических документов. Студент знает и владеет навыком самостоятельной 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;

– 85-76 баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные нормативных и технических документов. Продемонстрированы практические умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены нормативные и технические документы. Допущено не более 2 ошибок в

смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 баллов – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Разноуровневые задачи и задания для дисциплины «Коммерческая логистика»

Задание 1. «Построение денотатного графа. Ключевое слово– Логистика Денотатный граф (от лат. denoto — обозначаю) — способ вычленения из текста существенных признаков ключевого понятия.

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Студентам предлагаются следующие **правила построения.**

1. Выделите ключевое понятие (слово или словосочетание) и проанализируйте его существенные признаки.

2. Впишите ключевое понятие в верхний прямоугольник. Как можно более точно подберите глаголы, связывающие ключевое понятие и его существенные признаки, отражающие движение от понятия к его существенным признакам. Это могут быть самые разнообразные глаголы-связки, с помощью которых осуществляется выход на определение понятия. Впишите глаголы в прямоугольники второго уровня. Глаголы, обозначающие цель — направлять, предполагать, приводить, давать и т.д. Глаголы, обозначающие процесс достижения результата — достигать, осуществляться. Глаголы, обозначающие предпосылки достижения результата — основываться, опираться, базироваться. Глаголы-связки, с помощью которых осуществляется выход на определение значения понятия – включать, состоять из, выражаться через, помогает понять.

3. Конкретизируйте в прямоугольниках следующего уровня смысл выбранных вами глаголов для более полного раскрытия ключевого понятия. Следите за чередованием имени (именем может быть одно существительное или группа существительных в сочетании с другими именными частями речи) и глагола. Дробление ключевого слова по мере построения графа на слова — "веточки"

4. Проверяйте каждый блок включенной в граф информации с целью исключения возможных ошибок, несоответствий и противоречий.

Выполняется по группам (3-4 человека). После окончания работы студенты презентуют свои графы. Во время презентации группы задают уточняющие вопросы. Преподаватель отслеживает ход работы, уточняет информацию, вносит правку и т.п.

Задание 2. Логистические системы

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

1. Составить две логистические макросистемы, в первой из которых основным инициатором является хлебозавод в городе Владивостоке, во второй – обувная фабрика в городе Пекин (КНР).

2. Определить основных и косвенных участников этих систем, дать характеристику выполняемых ими функций.

3. Объяснить факторы, вследствие которых эти системы отличаются друг от друга.

4. Определить, какие функции предприятия могут быть переданы в логистический аутсорсинг.

Задание выполнить в письменном виде, оформить на листах формата А4.

Задание 3. Логистический аутсорсинг с использованием метода активного обучения «Мышление под прямым углом»

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

«Мышление под прямым углом» – метод, объединяющий в себе элементы программированной дискуссии и графического организатора знаний. Дискуссия, проводимая по данному методу предполагает наличие определенного алгоритма, плана ее проведения основным элементом которой является заданное преподавателем графическое представление хода размышления, включающий проблемный вопрос, список А «факты», Список Б «ассоциации и мнения», выводы и сопоставления.

Этапы проведения:

1. В начале занятия преподаватель объясняет смысл задания, делит учебную группу на несколько групп, раздает тексты проблемных статей по логистическому аутсорсингу, бумагу, фломастеры.

2. Предлагает на основе данных статей, а так же знаний, полученных в процессе обучения по дисциплине «Коммерческая логистика» ответить на проблемный вопрос, который рано или поздно возникает на любом предприятии «Логистический аутсорсинг – эффективное взаимодействие с компаниями?»

3. Каждая группа студентов, прежде чем выразить свое мнение должна составить графический организатор информации, полученной из статей по схеме, представленной на рисунке 1. На прочтение статей и составление графического организатора дается 20 – 25 минут.

4. Выводы каждой группы выражает выбранный представитель, который и представляет составленный графический организатор.

5. После того, как выступят представители всех групп, избирается коллегиальный орган (по одному человеку от каждой группы), который принимает окончательное решение по данной теме.

Тема: «Логистический аутсорсинг – эффективное взаимодействие с компаниями?»	Список А - факты
Список Б – мнения, ассоциации	Выводы, сопоставления

Рисунок 1 - «Мышление под прямым углом»

Задание 4. Критерии эффективности логистических решений

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Задача по определению совокупных логистических издержек. Каждый студент самостоятельно решает задачу и делает выводы. Цель – усвоение работы критерия эффективности функционирования логистической цепи.

Задача

Компания «Мотор» производит моторы и поставляет их железной дорогой на свой распределительный склад в другом городе, используя услуги транспортной компании «ТК». Менеджер по транспорту компании «Мотор» получил предложение от компании «ТК» о снижении тарифов на перевозку моторов от завода «Мотор» до оптовых складов «Мотор». Предложение заключается в следующем - «ТК» дает тариф 3 доллара за каждый центнер груза, при условии, что партия груза для перевозки (один заказ) будет составлять 400 центнеров. В настоящее время тариф составляет 5 долларов за каждый центнер при перевозке партии 200 центнеров. Помогите менеджеру по транспорту компании «Мотор» принять решение, имея следующие данные(4 варианта), представленные в таблице 1.

Таблица 1

	1	2	3	4
Потребность оптовых складов в моторах на планируемый год (шт.)	5.000	7.000	5.000	4.000
Вес мотора упакованного (кг.)	175	175	175	175
Цена одного мотора, долларов	200	200	200	200
Расходы на составление одного заказа	15	20	20	20
Расходы на хранение (в % от стоимости среднего объема запаса за год)*	25	30	30	25

* - Стоимость среднего объема запаса принять за половину размера одного заказа в штуках, умноженного на цену мотора.

Задание 5. «Организация отдела закупки (снабжения) на предприятии»

Выполняется по группам (4-5 человек).

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Этапы проведения.

I. Преподаватель делит аудиторию на группы по 3-4 человека. Каждая группа представляет закупочный отдел компаний разного профиля деятельности на рынке.

- Производственное предприятие (специализацию выбирают студенты, например, кондитерская, обувная фабрика, строительная компания и т.п.)
- Оптовое предприятие (например, товары бытовой химии, продукты, обувь и т.п.)
- Розничное предприятие (супермаркет, специализированный магазин и т.п.)

Содержание задания.

Каждая группа должна разработать:

1. Цели и задачи отдела закупок в соответствии со спецификой предприятия.
2. Функциональные обязанности руководителя отдела закупок.

3. Ключевые показатели оценки результативности (KPI) отдела закупок (не менее трех и не более пяти).

4. Выбрать тип заказа на закупку.

II. Для выполнения задания требуется соответствующая теоретическая подготовка. Преподавателем выдаются раздаточные материалы по KPI и типам заказов.

III. Каждая группа оформляет результаты на плакатах и защищает в аудитории.

Задание 6. Определение оптимального размера партии (EOQ) по формуле Уилсона

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Предприятие розничной торговли занимается продажей телевизоров марки ТТТ и ВВВ. Годовая потребность предприятия в телевизорах марки ТТТ - 816 штук, закупочная цена единицы товара 24 тыс. руб., издержки на оформление одного заказа составляет 600 рублей, издержки на содержание единицы товара на складе в год в процентах от закупочной цены - 30%. Годовая потребность предприятия в телевизорах марки ВВВ - 2292 шт., цена единицы товара 16 тыс. руб., издержки на оформление одного заказа составляет 600 рублей. Издержки на содержание единицы товара на складе в год в процентах от закупочной цены - 30%.

Определить для каждой марки телевизоров:

-оптимальный размер заказа в течение года (365 дней)

-определить количество заказов за период (K)

-периодичность заказа в днях (D).

Задание 7. Метод рейтинговой оценки поставщиков

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Используя метод рейтинговой оценки поставщиков определить основных поставщиков-производителей элетробытовых товаров для оптового предприятия.

Условия задачи

Исходная информация по оптовому предприятию:

1. Оптовое предприятие в планируемом году намеревается закупить и реализовать 3000 единиц элетробытовых товаров « 4 ассортиментных наименований ». Цена реализации 1200 рублей за штуку.

2. Оптимальный размер партии поставки для оптового предприятия 300 единиц.

Исходная информация по поставщикам - производителям товаров

3. Список возможных поставщиков - производителей товаров

Поставщик	Удаленность от покупателя, км.	Поставщики	Удаленность от покупателя, км.
1 Вологда	480	6.Иваново	880
2 Владимир	181	7.Курган	2008
3 Новгород	423	8.Орел	372
4 Ижевск	1109	9.Пермь	1358
5 Калинин	154	10.Томск	648

4. Процент опрошенных покупателей, давших неудовлетворительную оценку качеству товаров соответствующих производителей.

1.Вологда	2
2.Владимир	3
3. Новгород	3
4.Ижевск	12
5..Калинин	10
6.Иваново	9
7.Курган	5
8.Орел	6
9.Пермь	8
10.Томск	3

Методика решения:

Лучший поставщик определяется на основе рейтинга. Сначала, проводится предварительная оценка условий поставщиков по пятибалльной системе.

С этой целью оценивается каждое условие поставки. При этом «5» – означает «отлично», «4» – «очень хорошо», «3» – «хорошо», «2» – «удовлетворительно», «1» – «мало приемлемо», «0» – «неприемлемо». Условия всех поставщиков представлены в пунктах 3, 4, 5.

Присужденный балл проставляется в соответствующую ячейку **формы 1**. Итоговое значение рейтинга для каждого поставщика определяется путем суммирования произведений значимости критерия на присужденный балл. Рассчитав рейтинг для всех поставщиков и заполнив **форму 1**, определяют лучшего поставщика по наибольшему значению результата.

Задание 8. Процесс поставки

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Раздаточный материал из книги Управление закупками и поставками [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (080100), «Коммерция» (080300), «Логистика» (080506) / М. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, Г. Фирон; пер. с англ. под ред. Ю. А. Щербанина. – 13-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. Стр.–111-117

Задание 9. Дифференциация объектов управления в логистике на основе ABC-анализа. (Методика ABC-анализа дается в видео-ролике)

Задача 1.

Проведите ABC-анализ поставщиков строительных материалов ООО «Дальтех» (табл.1), сделайте выводы, сформулируйте соответствующие рекомендации.

Таблица 1 - Основные поставщики предприятия ООО «Дальтех»

Группа товаров	Название поставщика	Город (страна) расположения поставщика	Объем поставок за 2011 год, тыс. р.
Строительные материалы	Тиккурила	Санкт-Петербург	3026,6
	Анза, Стройлюкс	Санкт-Петербург	644,3
	Интеркраска	Москва	250,5
	Виндхаммер, БОЕРО	Москва	120,2
	Владтехснаб	Владивосток	110,2
	ГПСТ-Владивосток	Владивосток	96,3
	ГПСТ-Находка	Находка	98,5
	Грузоподъемспецтехника-Находка	Находка	85,4
	ИП Златогорская А.В.	Москва	75,3
	КЛЕО	Тюмень	69,3
	ЛонТрансПром	Москва	54,9
	МС-Пасифик	Владивосток	44,3
	Нортекс	Москва	43,6
	ООО АМЕСА	Санкт-Петербург	33,3
	ООО «Дизайн»	Москва	30,2
	Оптхимзащита	Москва	26,3
	БЕСТ-КРЕПЕЖ	Сибирь	22,5
	Ортограф (Балтекс)	Самара	20,5
Материалы для авторемонта	ЗМ	Красноярск	1352,6
	Novol	Москва	996,2
	KANSAI PAINT	Москва	2662,3
	Волекс Пневматик ООО	Москва	502,6
	Группа Компаний Континент ДВ ООО	Владивосток	201,6
	ДАЛЬЛАК ООО	Владивосток	114,8
	Евроколор ООО	Санкт-Петербург	103,9
	ИП Гетман Александр	Владивосток	89,7
	Мир Авторемонта	Находка	55,2
	Юником-ДВ	Владивосток	33,6

Источник: [данные предприятия ООО «Дальтех»]

Задача 2.

Проведите ABC -анализ ассортимента товаров магазина строительных материалов ООО «Дальтех» (Табл.2) и сформулируйте соответствующие рекомендации.

Таблица 2 - Объем продаж по ассортиментным группам за три месяца 2011 года

Наименование	Объем продаж по месяцам (тыс. р.)		
	июнь	июль	август
Покрасочное оборудование	584	361	442
Гаражное оборудование	1 203	956	1 065
Инструменты строительно-бытовые	84	56	66
Грунты и краски для катеров и яхт	3 526	2 856	2 571
Декоративные краски	945	1 045	884
Строительно-бытовые краски	3 225	2 303	3 002
Оборудование для шлифования и полирования	21	33	15
Лакокрасочные материалы для авторемонта	2 583	2 126	3 658
Расходные материалы	265	155	263
Крепежный материал	228	336	205

Источник: [данные предприятия ООО «Дальтех»]

Задание 10. Задача на определение необходимого числа автомобилей на маятниковом маршруте.

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Определить необходимое число автомобилей (А) для перевозки груза со склада в магазин на маятниковом маршруте, с обратным холостым пробегом. Найти коэффициент использования пробега автомобиля. Необходимые данные (по вариантам) для решения задачи представлены в таблице 1. Выбрать один вариант.

Таблица 1.

	1	2	3	4	5
Объем перевозки, тонн (Q)	320	40	100	240	60
Грузоподъемность автомобиля, тонн (q)	4	5	5	4	3
Расстояние от склада до магазина, км.	15	32	45	38	24
Время простоя под погрузкой-разгрузкой, час. (тп-р)	0,5	0,8	0,5	0,9	0,6
Средняя скорость км/час. (V)	25	30	35	30	25
Время работы авто на маршруте час. (T)	8,5	12	10	12	8
Коэффициент использования грузоподъемности авто (w)	0,8	0,4	0,5	0,8	0,6

Задание 11. Качество транспортного обслуживания клиентов с использованием метода активного обучения «Мышление под прямым углом»

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

«Мышление под прямым углом» – метод, объединяющий в себе элементы программированной дискуссии и графического организатора знаний. Дискуссия, проводимая по данному методу предполагает наличие определенного алгоритма, плана ее проведения основным элементом которой является заданное преподавателем графическое представление хода размышления, включающий проблемный вопрос, список А «факты», Список Б «ассоциации и мнения», выводы и сопоставления.

Этапы проведения:

6. В начале занятия преподаватель объясняет смысл задания, делит учебную группу на несколько групп, раздает тексты проблемных статей, бумагу, фломастеры.

7. Предлагает на основе данных статей, а так же знаний полученных в процессе обучения по дисциплине «Коммерческая логистика» ответить на проблемный вопрос- «Как добиться высокого качества транспортного обслуживания ?»

8. Каждая группа студентов, прежде чем выразить свое мнение должна составить графический организатор информации, полученной из статей по схеме, представленной на рисунке 1. На прочтение статей и составление графического организатора дается 20 – 25 минут.

9. Выводы каждой группы выражает выбранный представитель, который и представляет составленный графический организатор.

10. После того, как выступят представители всех групп, избирается коллегиальный орган (по одному человеку от каждой группы), который принимает окончательное решение по данной теме.

1. Тема: «Как добиться высокого качества транспортного обслуживания ?»	Список А - факты
Список Б – мнения, ассоциации	Выводы, сопоставления

Рис.1. «Мышление под прямым углом»

Задание 12. Составление кластера понятия «Транспортные тарифы» с использованием метода активного обучения «Кластерная систематизация знаний».

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Обсуждаются вопросы: особенности всех этапов транспортировки, транспортные тарифы, транспортная система в России, проблемы российского транспорта.

Цель занятия – систематизировать знания по теме транспортная логистика. Кластер (пучок, созвездие) – это графическая организация материала, показывающая смысловые поля того или иного понятия.

Этапы проведения.

1. Преподаватель делит аудиторию на группы по 3-4 человека.
2. Объясняет смысл задания, выдает бумагу, фломастеры.
3. Студенты составляют кластер на основе лекционного материала и дополнительного чтения.
4. Каждая группа оформляет результаты на плакатах и защищает в аудитории.

Задание 13. Управление товарными запасами («Толкающий метод»)

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Задача.

Торговая компания «Мобтел» выгодно закупила партии мобильных телефонов в количестве 20.000 штук. Закупленная партия превышает спрос на следующий месяц, однако компания предполагает впоследствии распродать всю партию.

Телефоны распределяют в сеть, состоящую из четырех складов по «толкающей» модели. Ежемесячный прогноз сбыта и отчеты по запасам показывают следующее:

Вариант 1.

Номер склада	Ежемесячный прогноз сбыта, в штуках	Запас в наличии, в штуках
1	5000	2116
2	3000	0
3	2500	486
4	1500	321

Вариант 2.

Номер склада	Ежемесячный прогноз сбыта, в штуках	Запас в наличии, в штуках
1	5000	330
2	3000	150
3	1500	250
4	2500	0

Как следует распределить партию продукции между этими складами?

Решение задачи провести в таблице 1.

Таблица 1. Распределение закупленной партии товара по складам в соответствии с ожидаемым сбытом, (штук).

Номер склада	Ежемесячный прогноз сбыта	В наличии	Чистая потребность	Пропорциональное распределение избытка	Распределение
1					
2					
3					
4					
всего					

Задание 14. Задача по разработке стратегии управления запасами с фиксированным размером заказа.

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Используя метод фиксированного количества заказа для управления товарными запасами продукта А на складе определить:

1. Оптимальный размер заказа (по формуле общей стоимости одного заказа, табличный метод)
2. Точку пополнения запаса (точку заказа).

Таблица 1. Данные для решения задания по вариантам.

	Варианты				
	1	2	3	4	5
Ежегодный спрос на продукт А	15750	16800	12350	14200	16250
Закупочная цена продукта А (руб.)	7,5	7,8	5,6	6.2	8,0
затраты на хранение (% от	30	30	30	30	30

закупочной цены)					
стоимость приобретения одного заказа (руб.)	12	14	14	12	15
Время поставки заказа (дней)					

Для решения используйте следующий макет таблицы 2.

Таблица 2.

Размер заказа (шт.)								
Средний запас (шт.)								
Число заказов								
Стоимость хранения (руб.)								
Стоимость приобретения (руб.)								
Общая стоимость (руб.)								

Запишите вывод своими словами.

Задание 14.

Задача. Расчет параметров системы управления запасами с фиксированным размером заказа с возможной задержкой заказа.

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Используя данные задания 13, сделайте расчет параметров системы управления запасами с фиксированным размером заказа при условии, что возможна задержка заказа на 2 дня.

Задание 15. Расчет показателей работы склада

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Оптовый продовольственный склад компании «ПРОД» закончил отчетный год со следующими показателями.

1. Годовой оптово-складской товарооборот составил 80 560 тыс. руб.
2. Средняя стоимость 1 т груза – 22,4 тыс. руб.
3. Годовые эксплуатационные расходы склада составили:
 - а) на заработную плату работников – 210,5 тыс. руб.
 - б) на электроэнергию – 22,4 тыс. руб.

в) на топливо (отопление) – 14,8 тыс. руб.

г) на вспомогательные материалы – 8,32 тыс. руб.

д) на амортизацию и ремонт машин и оборудования – 18,32 тыс. руб.

е) на амортизацию и ремонт складских помещений – 82,4 тыс. руб.

4. Численность складских (оперативных) работников склада – 10 человек.

5. Общая площадь склада – 2200 кв. м.

6. складская площадь, занятая под груз – 760 кв. м.

7. Общий объем склада (рассчитывается умножением общей площади склада на его высоту (5 м).

8. Грузовой объем склада (рассчитывается умножением складской площади, занятой под груз на высоту укладки грузов – (3м).

9. Годовой объем механизированных работ составляет 250 т.

8. Общий годовой объем работ – 3350 т.

9. Общая сумма капиталовложений на строительство и оснащение склада составляет 20 460 тыс. руб.

10. Общий годовой объем работ – 3350 т.

Рассчитайте показатели работы склада в таблице 1.

Таблица 1.

№ п/	Наименование рассчитываемого показателя	Формула расчета	Показатель
1	Грузооборот склада: а) годовой б) суточный		
2	Величина годовых эксплуатационных расходов, руб.		
3	Себестоимость складской переработки 1 т груза, руб.		
4	Производительность труда работников склада (годовая): а) в рублях б) в тоннах груза		
5	Коэффициент использования полезной площади склада		
6	Коэффициент использования емкости (полезного объема) склада		
7	Уровень механизации складских работ		
8	Удельные капиталовложения, руб.: а) на 1 кв. м складской площади б) на 1 кв. м объема склада в) на единицу грузооборота 1 т г) на единицу товарооборота 1 тыс. руб.		

Сделать заключение о степени эффективности работы склада на основе рассчитанных показателей можно путем сравнения их с нормативами или с аналогичными показателями работы других однотипных складов, а также путем анализа динамики развития склада.

Задание 16. Кросс-докинг

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

На основании прочитанного материала составить следующий отчет в письменном виде:

1. Особенности кросс-докинга
2. Преимущества и недостатки кросс-докинга
3. На каких предприятиях следует применять кросс-докинг.

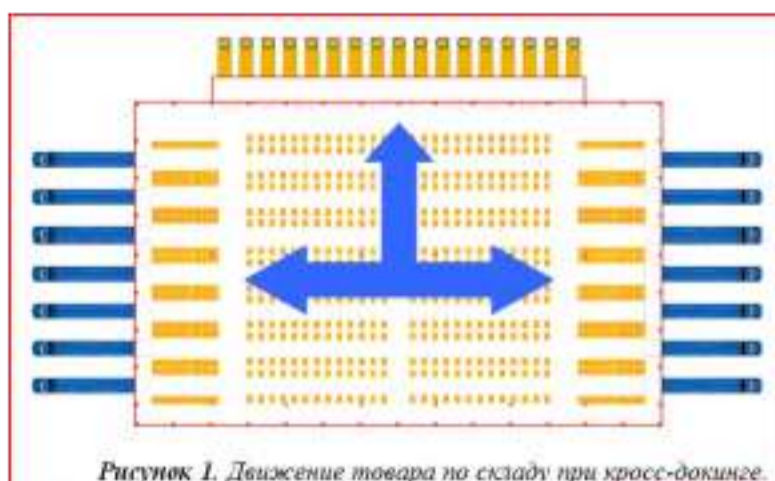
Кросс-докинг

Потребность в современной, надежной, а главное эффективной логистической системе у крупных торговых фирм возникает довольно часто. Ведь порядка 12% конечной стоимости товара в России приходится именно на издержки, связанные с логистикой, а в условиях высокой конкуренции (особенно по сравнению с западом) это непозволительно много.

Для крупных дистрибьюторов и логистических операторов типично создание сети физического распределения товара и груза на основе нескольких логистических (распределительных) центров, позволяющих эффективно осуществлять доставку товара к клиентам. Требование к минимизации времени складской обработки и хранения приводит к задаче проектирования скоростных технологий с учетом специфики товаропотока конкретного предприятия при минимальных затратах на его реализацию. Будет ли это «традиционное» складское хранение или же кросс-докинг? На этом вопросе мы остановимся подробнее.

Для начала разберемся что, же собой представляет. Кросс-докинг (от англ.

cross-docking - от cross - идущий напрямую и dock-док, причал, стыковка, соединение) - движение товара через склад напрямую, фактически без его размещения на хранение (см. рисунок 1). Очень часто под кросс-докингом понимают прямую перегрузку товара между транспортными средствами или товароносителями.



В последнее время операция кросс-докинга приобретает все большую популярность. Это объясняется прежде всего сокращением затрат на 20-30% при организации складских операций по сравнению с общей суммой затрат, что, в свою очередь, связано с отсутствием зоны хранения. Кросс-докинг также позволяет ускорить доставку товара к конечному потребителю, что немаловажно при работе со скоропортящейся продукцией и проведении рекламных акций.

При всех плюсах кросс-докинга нужно помнить о накладываемых на его внедрение ограничениях, а именно:

- товар, проходящий через склад должен быть хорошо прогнозируемый по динамике «приход-уход», причем должен постоянно проводиться анализ потребительского спроса на ту или иную продукцию;
- входящий товар должен быть или сразу готов к отправке или предполагать незначительные дополнительные операции;
- необходимость четкой организации движения транспортных потоков.

«Традиционное» хранение в отличие от кросс-докинга не имеет жестких требований к товаропотоку, но требует дополнительных складских площадей и ресурсов для выполнения операций по хранению, коммиссионированию, контролю, отгрузки и т.д.

Итак, по какому принципу следует производить выбор между кросс-докингом и «традиционным» складским хранением, и при каких условиях будет выгодна та или иная схема?

Поскольку распределительный центр, будь то кросс-докинг или же «традиционный» склад, является одной из частей логистической системы, то и рассматривать его нужно в совокупности со всеми элементами этой системы. Ни в коем случае при расчетах нельзя изолировать его от других составляющих. Выбор принципа организации работы распределительного центра следует производить исходя из условия обеспечения минимальных затрат всей логистической системы.

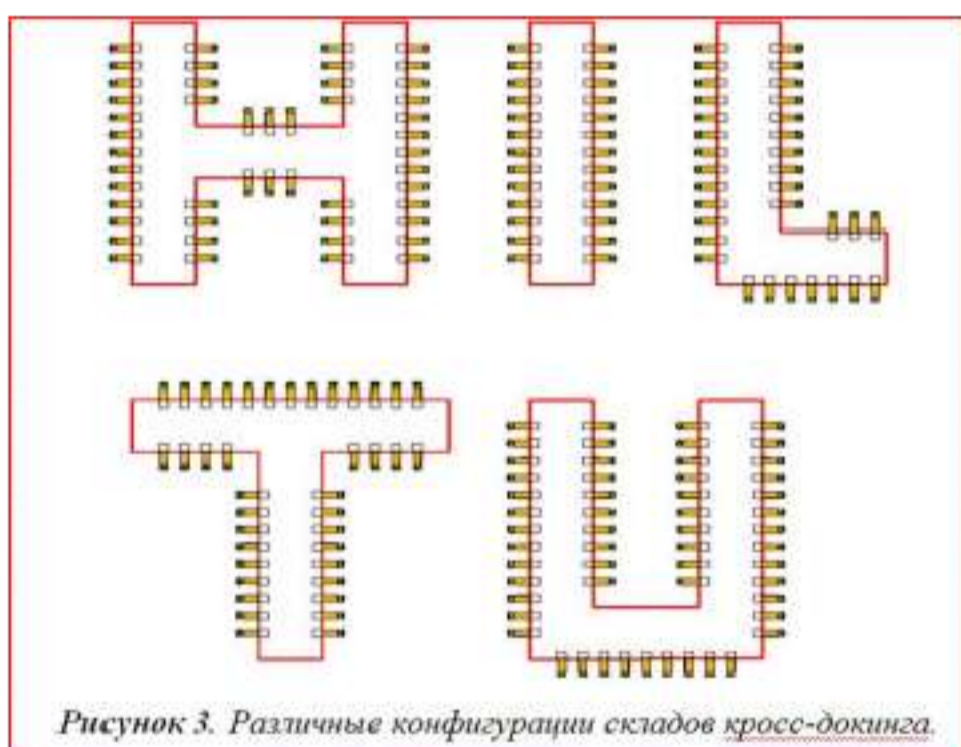
Прежде всего необходимо определиться с затратами на организацию складского комплекса и его эксплуатацию. На рисунке 2 приведена структура затрат для случая, когда принимается решение о строительстве склада и покупке всего оборудования и транспорта, без использования услуг арендодателей.



Эксплуатационные расходы в данном случае включают в себя следующие статьи:

- заработная плата персонала;
- коммунальные услуги;
- амортизационные отчисления;
- налоги (земельный, транспортный, налог на имущество и т.д);
- топливные расходы.

Отдельно стоит отметить различия технологии складских зданий при кросс-докинге и «традиционном» складе. Главные отличие заключается в том, что при организации кросс-докинга необходимо стремиться к наибольшей длине здания для возможности размещения большего числа воротных доков, а в случае «традиционного» склада - к большей площади склада, для обеспечения максимальной вместимости склада. Большие длины складов кросс-докинга приводят к необходимости строительства зданий различных конфигураций (H, I, L, T, U - образных), таких как приведенных на рисунке 3. Для различного количества воротных доков выгоден определенный тип здания (например, I оптимален при количестве ворот меньше, чем 150, H - при более, чем 300).

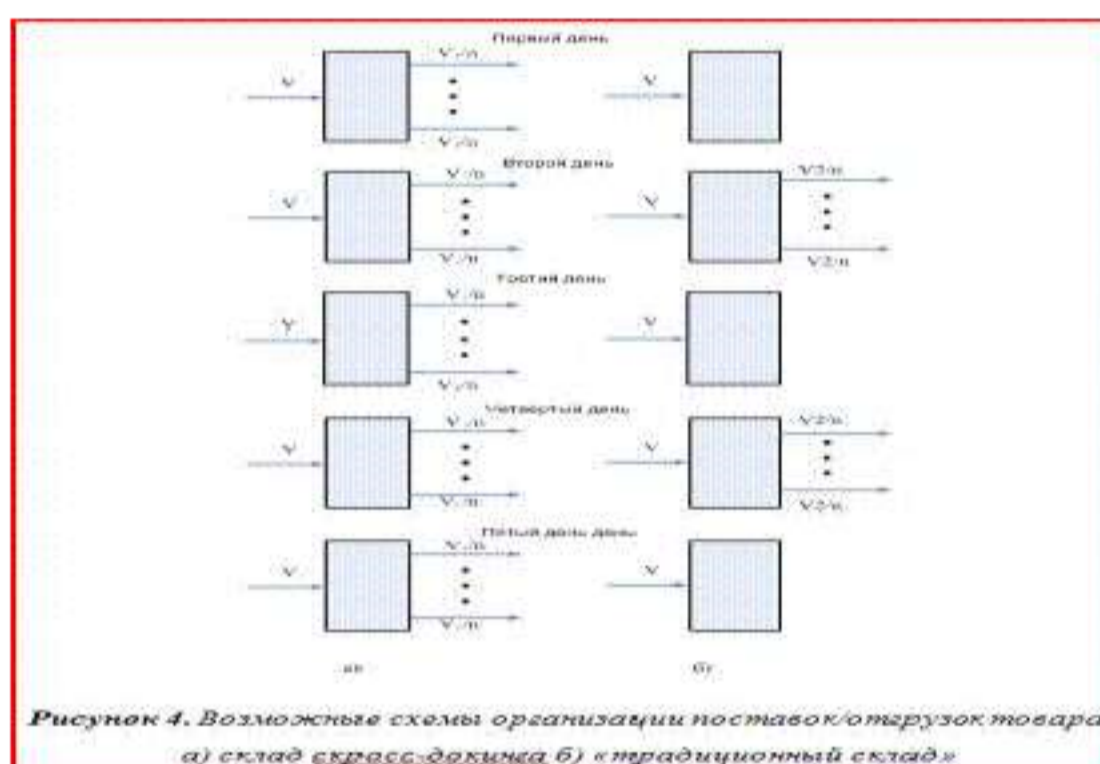


Для сокращения затрат на организацию логистической системы необходимо, чтобы осуществлялась координация товарного и транспортного потока, т.е. количество транспорта, осуществляющего доставку товара на склад и к потребителю было минимально.

Сравнивая между собой традиционный склад и склад кросс-докинга следует отметить, что при одинаковом товаропотоке для случая кросс-докинга происходит увеличение количества задействованного автотранспорта за счет дробления поставок на более мелкие партии.

На примере 5-ти дневной рабочей недели рассмотрим один из вариантов организации схем отгрузок. Дневной входящий поток V [м³] в

случае кросс-докинга должен быть в тот же день отгружен в полном объеме и распределен по n клиентам (см. рисунок 4а). При организации «традиционного» склада (рисунок 4б) отгрузки клиентам могут производиться не каждый день, а несколько раз в неделю (в данном случае 2 раза). В этом случае в день отгрузки объем уходящего товара V_2 [м³] будет превышать объем ежедневных отгрузок при кросс-докинге V_1 [м³]. Причем недельный объем входящего товара равен объему исходящего.



Объем разовой отгрузки (при одинаковом товаропотоке) «традиционного» склада практически всегда будет больше чем у кросс-докинга, что потребует большего количества автотранспорта или же изменение его типа в сторону увеличения грузоподъемности. Большой размер автопарка приводит к увеличению капитальных затрат на его приобретение. Однако, высокая частота отгрузок при кросс-докинге подразумевает более интенсивное использование автотранспорта (повышенный износ и расход бензина), что в свою очередь приводит к росту эксплуатационных затрат.

Таким образом, при возможности организации кросс-докинга, несмотря на отсутствие затрат, связанных с устройством зоны хранения, может возникнуть ситуация, когда его использование будет нецелесообразным. Это возможно при увеличении числа обслуживаемых клиентов, так как в данном случае может происходить недогруз исходящего автотранспорта, в то время

как «традиционный» склад позволяет равномерно распределить отгружаемый объем товара по адресам поставок.

На следующем примере мы проиллюстрируем случаи, когда кросс-докинг выгоднее «традиционного» склада и обратную ситуацию.

Предположим, что недельный товаропоток составляет 5000 м³ и поступает на склад следующим образом:

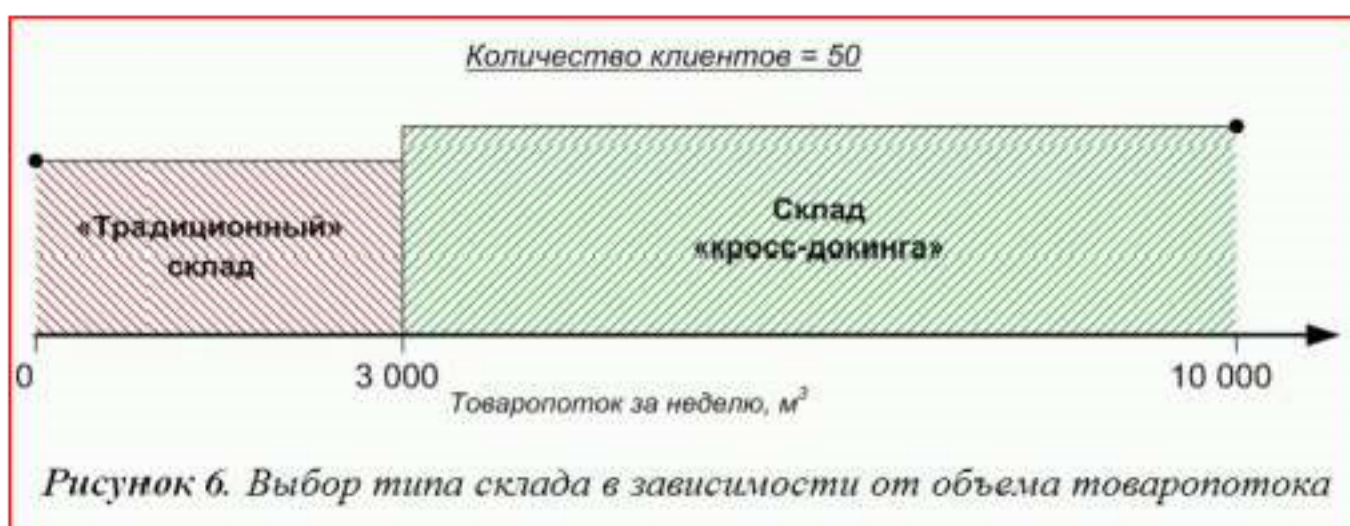
- для случая кросс докинга каждый день в объеме 1000 м³;
- для случая «традиционного» склада 2 раза в неделю в объеме 2500 м³.

Пусть количество клиентов (адресов отгрузок) лежит в диапазоне от 2 до 1000, который является наиболее часто встречающимся как следует из практики нашей работы. Произведя расчеты полных затрат (см. рисунок 2) для каждого варианта, были получены следующие результаты: в большинстве случаев более выгодным является организация кросс-докинга, однако если число обслуживаемых клиентов лежит в диапазоне 100-150 целесообразнее выбрать «традиционный» склад (см. рисунок 5).



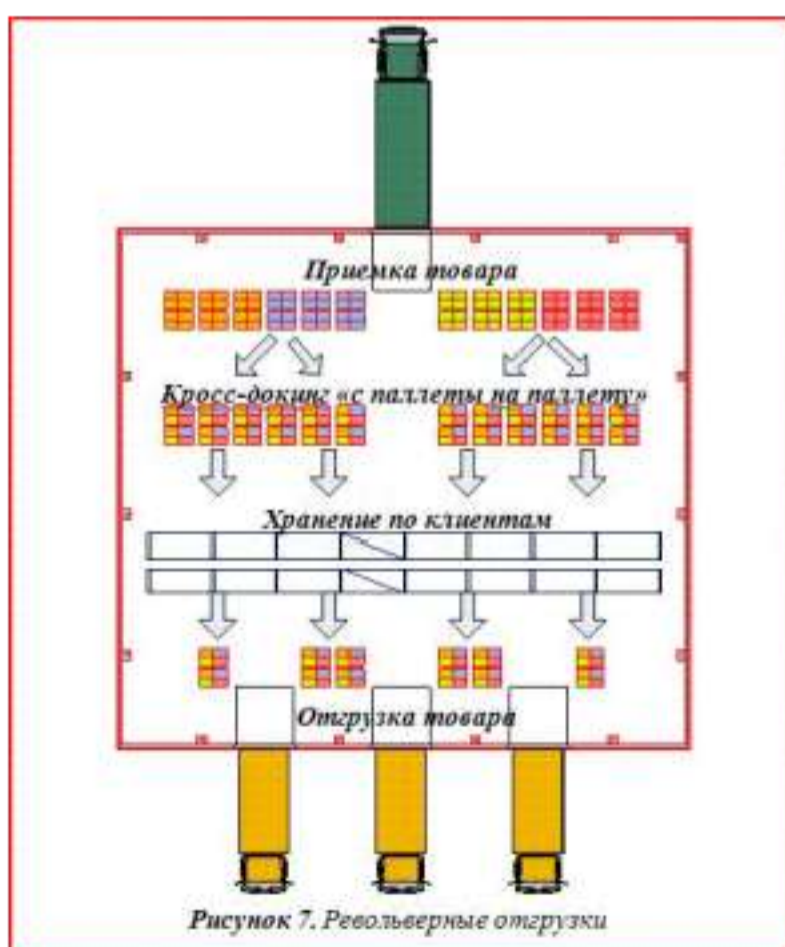
При увеличении числа клиентов и фиксированном товаропотоке происходит дробление заказов на более мелкие. С этим связано изменение количества и типа уходящего транспорта. Именно этим объясняется зона с выраженным преимуществом «традиционного склада».

Так же при выборе типа склада необходимо учитывать, что при фиксированном количестве обслуживаемых клиентов (в данном случае количество клиентов равно 50) склад «кросс-докинг» становится выгоднее лишь после достижения определенного суточного объема (см. рисунок 6).



Таким образом, на примере мы показали, что склад кросс-докинга не всегда позволяет сократить затраты на организацию логистической системы и для его выбора необходимо проводить предварительный анализ товаропотока.

Если склад кросс-докинга по каким-либо причинам не может быть организован в «чистом виде», возможно применение одной из его разновидностей - схемы так называемых «револьверных» отгрузок. «Револьверная» отгрузка соответствует случаю, когда пришедший товар распределяется по адресам доставки и при необходимости размещается в зоне хранения в отдельные ячейки, соответствующие определенному клиенту (см. рисунок 7). Тем самым сокращается время на обслуживание исходящего автотранспорта.



Для того чтобы кросс-докинг действительно был выгодным необходимо, во-первых, тщательно взвесить все «за» и «против» ещё на этапе проектирования логистической системы с учетом всех особенностей конкретного предприятия, а также их изменений в будущем.

Организовать кросс-докинг дело не простое, требующее больших усилий, однако рискнуть стоит, ведь в случае успеха он может превратиться из «головной боли» в ваше конкурентное преимущество, и примером тому может служить ряд западных компаний, таких как Wal-Mart и TheHomeDepot.

Задание 17. Производственная логистика

Метод активного / интерактивного обучения – метод ситуационного анализа (ситуационные задачи)

Разработайте план обеспечения производства и продаж кофейных столов всех видов на 8 недель.

Задача

Мебельная компания производит кофейные столы трех видов:

- * столы с круглой поверхностью (столешницей) на ножке А;
- * столы с круглой поверхностью на ножке В;
- * столы с квадратной столешницей;

В Таблице 1 приводится рыночный прогноз продаж столов (шт.) на следующие 8 недель.

Таблица 1.

Виды столов	недели							
	1	2	3	4	5	6	7	8
С квадратной столешницей	75	75	100	100	125	100	100	75
С круглой столешницей на ножке А	30	30	30	40	40	50	40	30
С круглой столешницей на ножке В	50	60	50	40	40	30	30	20

Требуется одна неделя, чтобы произвести столы с минимальным объемом производства 50 шт. круглого стола и 150 шт. квадратного.

В настоящее время имеются в наличии

* 40 круглых столов с ножкой А

* 100 круглых столов с ножкой В

Квадратных столов нет в настоящее время в наличии, однако по предыдущему производственному графику запланировано производство 100 шт. к 1 неделе.

Предполагаем, что все остальные детали стола не имеют решающего действия на производственный план.

Столешницы для столов всех видов делаются из фанеры (один лист = одна верхняя поверхность стола), которая доставляется от Поставщика.

Имеется 400 листов фанеры в наличии. Требуется 2 недели, чтобы получить заказ фанеры после того, как он сделан. Минимальный размер заказа – 500 листов, и страховые запасы, которые должны быть в наличии всегда – 100 листов.

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент 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;

– 85-76 баллов – 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 одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – 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 смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Вопросы для коллоквиумов, собеседования, семинаров для дисциплины «Коммерческая логистика»

Семинар 1-дискуссия.

1. Транспортная система в России.
2. Проблемы российского транспорта.

Семинар 2. Товарные запасы в логистике

Объясните, почему нельзя совсем обойтись без товарных запасов?

1. Объясните разницу между производственными запасами и запасами в торговле?
2. Объясните, почему необходимо стремиться к ускорению оборачиваемости товарных запасов.
3. Объясните, почему затраты на запасы увеличиваются при обеспечении более высокого уровня обслуживания покупателей.
4. Объясните, почему более точное прогнозирование снижает затраты на запасы.

5. Объясните, почему меньшее количество заказов в год может снизить уровень затрат распроданного запаса.
6. Объясните, почему, чем больше размер запаса, тем выше издержки хранения.

Семинар 3. Защитная упаковка и обработка материалов

1. В чем разница между сбытовой и защитной функцией упаковки?
2. Что такое грузовая единица?
3. Что такое рециклинг?
4. Какие виды упаковки, благоприятные для окружающей среды, Вы знаете?
5. Опишите некоторые устройства, которые используют для наблюдения за условиями перевозки товаров.
6. Воздействию, каких физических сил подвергается груз в пути?
7. Почему груз должен равномерно распределяться внутри грузовика? В трюме и на палубе морского судна?
8. Объясните связь между необходимым уровнем защиты товара и требованиями к таре, предъявляемыми перевозчиками.
9. Каким образом с помощью логистики можно решать экологические проблемы?

Семинар 4. Пресс-конференция. Как увеличить пропускную способность склада

1. Организационные решения
2. Конструктивные решения
3. Информационные технологии
4. Аудит склада

Семинар 5. Пресс-конференция. Производственная стратегия «LeanProduction» («тощее или бережливое производство»)

1. Содержание стратегии «LeanProduction»

2. Практика применения стратегии «LeanProduction» зарубежом.
3. Практика применения стратегии «LeanProduction» в России.
4. Какова реальная эффективность стратегии «LeanProduction»?

Критерии оценки:

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные нормативных и технических документов. Студент 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;

– 85-76 баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные нормативных и технических документов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены нормативные и технические документы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– 60-50 баллов – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Коммерческая логистика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Коммерческая логистика» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты результатов по кейс-задачам, разноуровневым логистическим заданиям и задачам в устной и письменной форме, семинаров в устной форме, контрольных работ и тестирования в письменной форме) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);
- результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Коммерческая логистика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Промежуточный контроль по дисциплине «Коммерческая логистика» осуществляется на основе набора рейтинговых баллов – максимально 100 баллов. Дисциплина

«Коммерческая логистика» согласно учебному плану преподается на 3 курсе. По результатам рейтинговой оценки знаний на 3 курсе проставляется зачёт, который выставляется по результатам рейтинга при условии выполнения всех видов заданий.

Вид промежуточной аттестации – зачет, состоящий из устного опроса в форме собеседования.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций, практических занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к зачету, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное творческое зачетное задание (индивидуальное творческое зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV.2). Критерии оценки студента на зачете представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний представлены в структурном элементе ФОС V.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Коммерческая логистика»**

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено»	Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.