**Министерство образования и науки Кыргызской Республики**

**Кыргызский Государственный Технический университет им. И.Раззакова**

**Кыргызско-Германский технический институт**

**«Утверждаю»**

Директор КГТИ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

к.т.н., проф. Усупкожоева А.А

«\_\_\_» сентября 2020 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**

по дисциплине **«Логистика распределения»**

для студентов направления 580600 «Логистика»

Очной формы обучения

Учебно-методический комплекс составлен на основе Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования КР по направлению «Логистика»

Учебно-методический комплекс разработал: преподаватель Жайлообаев С.У. кафедры «Логистика»

Протокол № от « \_\_\_\_» сен 2020 г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

д.э.н., проф. Уметалиев А.С.

Одобрено учебно-методической комиссией КГТИ КГТУ им. И.Раззакова

Протокол № от «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Оморова А.И.

Бишкек 2020

**Содержание УМК:**

**Раздел 1.** Рабочая программа дисциплины

**Раздел 2.** Силлабус (Syllabus)

**Раздел 3.** Глоссарий

**Раздел 4.** Краткий конспект лекций

**Раздел 5.** Методические указания для выполнения практических работ

**Раздел 6.** Контроль знаний

**Министерство образования и науки Кыргызской Республики**

**Кыргызский Государственный Технический университет им. И.Раззакова**

**Кыргызско-Германский технический институт**

**«Согласовано» «Утверждаю»**

зав. кафедры «Логистика» Директор КГТИ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

д.э.н., проф. Уметалиев А.С. к.т.н., проф. Усупкожоева А.А.

«\_\_\_» сентября 2020 г «\_\_\_» сентября\_ 2020г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине **«Логистика распределения»**

для студентов направления 580600:«Логистика»

Очной формы обучения

Факультет КГТИ

Кафедра  **Логистика**

Курс \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_4\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Семестр \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_7\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Зачет (семестр) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Экзамен (семестр) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_7\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Всего часов по учебному плану \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_120\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Из них:

- лекции; \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_32\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

- практические; \_\_\_\_\_\_\_\_ 32\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

- самостоятельная работа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 56\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Количество кредитов \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_4\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями

Государственного образовательного стандарта кафедры «Логистика»

Рабочая программа разработана: преподавателем Жайлообаевым С.У.

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Логистика»

Протокол № 1 от \_\_\_\_ сентября 2020г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

д.э.н., проф. Уметалиев А.С. Одобрено учебно-методической комиссией КГТИ КГТУ им. И.Раззакова

Протокол №1 от «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

пред. методсовета

Бишкек 2020

1. **Введение**

Курс «Логистика распределения» изучается студентами на 4 курсе, обучающихся по направлению «Логистика». По итогам изучения дисциплины студенты сдают экзамен.

**2. Цель и задачи дисциплины.**

Дисциплина «Логистика распределения» относится к вариативной части профессионального цикла и имеет следующие цели и учебные задачи:

- выработать у студентов способность анализировать взаимосвязь между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-11);

- воспитать способность разработки маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-12);

- обучить использованию основных методов логистики для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-13).

В результате изучения дисциплины студент должен приобрести следующие знания и компетенции:

- навыком управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-26);

- навыком управление запасами и логистическими рисками в цепях поставок;

- способностью выполнять операции и функции логистики запасов и складирования и интегрировать их с другими функциями во всей логистической цепи поставок.

**Актуальность курса**

Данная дисциплина изучается студентами специальности «Логистика» входит в вариативную часть курса изучаемых дисциплин Государственного образовательного стандарта. Полученные в высшем учебном заведении знания и навыки логистике распределения помогут в дальнейшей профессиональной деятельности, а также при написании проектов, бизнес-планов. В результате изучения курса студент должен знать:

- существующие формы организации управления; разработку и обоснование предложений по их совершенствованию (ПК-28);

- формирование и развитие логистической, производственной инфраструктуры для активного решения проблем повышения конкурентоспособности компаний и цепей поставок в целом;

- решение проблемы «инсорсинг/аутсорсинг» и выбор логистических провайдеров.

**Пререквизиты:** Логистика/ Менеджмент цепи поставок, Сервисная деятельность, Маркетинг/ Логистический маркетинг, Менеджмент/Логистический менеджмент.

**Постреквизиты:**

**-** проводить расчеты по выбору экономичных схем и технологий товародвижения в цепях поставок;

- разрабатывать стратегии распределения и архитектуру каналов распределения;

- принимать управленческие решения в области управления распределением.

**3. Методы изучения дисциплины**

Изучение данной дисциплины предполагает проведение :

-Лекционных и практических занятий в объеме 4 кредитов- 16 недель , из них :

-Лекционные занятия – 2 кредита – 16 недель.

-Практические занятия в объеме 2 кредита - 16 недель

-СРС 2 кредита.

- Проведение итогового тестирвания.

**Политика курса:**

- Не опаздывать на занятия;

- Не разговаривать во время занятий, не жевать резинку;

- На занятия приходить в деловой одежде;

- Не пропускать занятия, в случае болезни представить справку;

- Пропущенные занятия отрабатывать в дни дежурств преподавателя на кафедре;

-Своевременно и старательно выполнять домашние задания, обязательно конспектировать лекции;

- В случае невыполнения заданий итоговая оценка снижается;

- Активно участвовать в учебном процессе.

**Политика оценки студентов**

**Рейтинговый лист оценки знаний студентов** (с разбивкой по баллам по видам и формам оценивания)

По результатам изучения модуля оценка знаний студента формируется следующим образом:

1. Посещение занятий ………20……….. баллов

2. Выполнение практических заданий и самостоятельной работы с преподавателем …………30……………. баллов.

3. Выполнение самостоятельной работы студента (0-10) баллов.

4. Модульно-рейтинговый контроль (on-line тестирование, бланочное тестирование, устный опрос) 20 баллов за каждый модуль.

Штрафные баллы:

1. Опоздание на занятия (-1 балл)

2. Использование мобильных средств на лекционных занятиях (-1 балл)

3. Несвоевременная сдача практических работ (проектов) (- 4 балла)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № модуля | Объем модуля в часах | Оценка в баллах | | Сроки |
| Мин. Макс. | |
| *Текущий контроль* | | | | |
| М. 1 | Лк – 8 час. …1. (кредит) Пр – 8 час. 1. (кредит) СРС – 14 час. 1. (кредит) Сумма баллов: | 10 | 30 | 8 неделя |
| М. 2 | Лк – 8 час. …1. (кредит) Пр – 8 час. 1. (кредит) СРС – 14 час. 1. (кредит) Сумма баллов: | 10 | .30 | 16 неделя |

*Заключительный контроль*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Всего баллов: | 10 | 40 | по  расписанию  экзаменов |

На основании полученной студентом суммы баллов оценка, в соответствии с приведенной ниже таблицей.

за семестр выставляется

Итоговое распределение баллов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Удовлетворительно | Хорошо | Отлично |
| Сумма баллов | 61-73 | 74-86 | 87-100 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Содержание оценки** | | **……….** | | |
| **Отлично** – замечательный результат при нескольких незначительных недостатках | **5** | **A** | **Отлично** | **з а ч е т** |
| **Очень хорошо** – результат выше среднего, несмотря на определённое количество недостатков | **4+** | **В** | **Хорошо** |
| **Хорошо** – в общем хорошая работа, несмотря на определённое число значительных недостатков | **4** | **С** |  |  |
| **Удовлетворительно** – добросовестная работа, содержащая, однако, значительные недостатки | **3+** | **D** | **Удовлет­ворительно** |
| **Посредственно** – результат  соответствует минимально допустимым критериям | **3** | **Е** |

**Необходимое обеспечение для изучения дисциплины.**

Занятия по дисциплине «Логистика распределения» должны проводиться в аудиториях, оснащенных техническими средствами, компьютерами, подключенных к Интернету и офисной техникой. Для обучения студентов в онлайн режиме имеется все необходимое оборудование: wi-fi роутеры, ноутбуки, интерактивные экраны и прочее дополнительное оборудование.**Содержание лекционных материалов по курсу**

**«Логистика распределения»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Лекция№** | **Наименование**  **темы** | **Наименование изучаемых вопросов** | **Кол-во**  **часов обучения** |
|  | 1 | **Тема 1.** Предмет и задачи дисциплины «Логистика  распределения» | - распределительная логистика и ее задачи;  - основные функции логистики распределения;  - каналы распределения как составная часть логистической системы;  - выбор посредников в логистике распределения. | 2 |
| 2 | **Тема 2.** Система распределения как часть интегрированной логистической системы. | Рассматриваются маркетинговый и логистический подходы к формированию каналов распределения. Перечисляются факторы, которые необходимо учитывать при разработке структуры канала распределения. Особое внимание уделяется критериям эффективности реализации интегрированного логистического подхода к формированию каналов распределения. Приводится алгоритм реализации интегрированного подхода к формированию каналов распределения. | 2 |
| 3 | **Тема 3.** Структура системы распределения. | - Исследование спроса, предложения и товаров, представленных на рынке;  - Отбор, сортировка и формирование наиболее приемлемых для покупателя партий поставок;  - Продвижение товаров на рынок;  - Доработка товаров в соответствии с запросами рынка;  - Установление и поддержание контактов с существующими и потенциальными покупателями;  - Финансирование производителей;  - Распределение риска, связанного с возможными потерями в процессе доставки и продажи товаров;  - Хранение товаров на складах;  - Доставка товаров к местам продажи; | 6 |
| 4 | **Тема 4.** Посредники в системе распределения. | **- Основы распределения товара в системе распределения;**  **- Понятие и виды посредников и агентов в системе распределения товарной продукции;**  **- Место, функции и значение посредников и агентов при распределении товара.** | 2 |
|  | 5 | **Тема 5.** Основные системы распределения. | - Одноканальная система распределения - для выхода на определенный сегмент;  - Многоканальная система распределения - для выхода на один или несколько сегментов рынка;  - Комбинированная система распределения - многоканальная система распределения;  - Экстенсивное распределение - продукция размещается и продается в тех торговых точках;  - Интенсивное распределение - обеспечить своей продукцией максимально возможное число торговых точек;  - Эксклюзивное (исключительное) распределение - эксклюзивные права на распределение продукции. | 4 |
| 6 | **Тема 6.** Методы сбыта готовой продукции. | - Планирования процесса сбыта;  - Организация получения и обработки заказа;  - Осуществления операций, предшествующих отгрузке (выбора вида и формы упаковки, комплектации, сортировки и др);  - Организация отгрузочных работ;  - Организация и контроля доставки и транспортировки продукции;  - Организация послепродажного обслуживания. | 4 |
| 7 | **Тема 7.** Основные технологии товародвижения в системе распределения. | - Описание действующего процесса размещения заказов;  - Описание каждого логистического процесса (размещение заказа, внесение изменений в заказ, транспортировка и т. п.) в действующем процессе продаж с указанием:  - частоты его выполнения;  - лица (группы лиц), отвечающего за его выполнение;  - информации, необходимой для его выполнения (источника информации, как и когда предоставляется эта информация);  - средней, минимальной и максимальной его длительности;  - причин нестабильности длительности его исполнения;  - показателей эффективности, специфических для этого логистического процесса, и существующих уровней его эффективности.  - Составление перечня показателей, используемых для оценки эффективности процесса продаж.  - Определение влияния на покупателя эффективности существующего про­цесса продаж.  - Описание условий поставок товаров и услуг.  - Обоснование уровня товарных запасов. | 2 |
| 8 | | **Тема 8.** Взаимосвязь и взаимодействие логистики и маркетинга | - Пограничные задачи логистики и маркетинга:  - построение сети распределения,  - выбор тары и упаковки,  - ценообразование,  - построение схемы взаимоотношений с потребителями или заказчиками.  Задачи маркетинга:  - исследование рынка,  - разработка товара,  - продвижение товаров,  - управление продажами. | 6 |
| 9 | | **Тема 9.** Управление заказами как функция требующая межфункциональной координации. | - Формирование потока заказов в соответствии с требованиями клиентов;  - Планирование процесса выполнения заказов и контроль его стадий, расчет параметров процесса обслуживания;  - Регулирование процесса, т. е. непрерывное отслеживание перемещения и изменения характеристик каждого заказа и оперативная корректировка его выполнения;  - Обеспечение надежности и безопасности процесса выполнения заказов, резервирование коммуникаций, технического и технологического оборудования;  - Формирование инфраструктуры для обеспечения эффективного функционирования системы обслуживания;  - Координация действий непосредственных и опосредованных участников процесса обслуживания в цепи поставок;  - Обеспечение функционирования системы обслуживания с запланированным уровнем затрат ресурсов. | 2 |
|  | 10 | **Тема 10.** Логистические провайдеры в системе логистики распределения. | - Транспортные фирмы.  - Экспедиторы и агенты.  - Склады, терминалы.  - Провайдеры логистических услуг - фирмы, организующие комплексное внешнее логистическое обслуживание клиентов.  - Страховщики (страховые компании). | 2 |
|  |  | **Всего:** |  | **32** |

**Содержание практических материалов по курсу**

**«Логистика распределения»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п** | | **Содержание тем и занятий** | **Кол-во часов** | **Примечание** |
|  | | | | |
| 1 | Занятие 1. **Роль логистики в распределении товаров.** Сущность и содержание процессов распределения. Роль логистики в распределении товаров. Понятие и сущность логистики распределения, ее задачи и функции. Управление распределением в рамках интегрированной цепи поставок продукции. Взаимосвязь логистики и маркетинга. | | 4 | Интерактивный семинар |
| 2 | Занятие 2. **Логистические каналы и сети в распределении.** Понятие канала и цепи распределения продукции. Классификация каналов распределения. Логистические посредники в распределении. Основные логистические системы распределения и их участники. Организация интегрированного взаимодействия логистических посредников. | | 2 | Интерактивный семинар |
| 3 | Занятие 3. **Управление запасами в логистической системе распределения.** Проблемы формирования товарного ассортимента и управления товарными запасами торговых посредников. Системы управления товарными запасами, критерии их оптимизации. | | 2 | Разбор методик, анализ статей проф. журналов |
| 4 | Занятие 4. **Логистическая функция складирования продукции в системе распределения.** Функционирование складского хозяйства в системе распределения продукции. Логистические решения в складировании. Размещение распределительных центров и товарных складов. Альтернативы складирования товарных запасов. | | 4  4 | Разбор статей из журнала «Логистика» |
|  | **Итого по модулю 1.** | | **16** |  |
| 5 | Занятие 5. **Тара и упаковка в логистике распределения.** Роль тары и упаковки в логистике распределения. Грузовая единица в логистической системе. Штриховое кодирование грузов. Пакетные и контейнерные технологии как основные направления товародвижения в логистике распределения. | | 6 | доклад |
| 6 | Занятие 6. **Транспортировка грузов в распределении.** Организация и управление системой транспортировки. Транспортная характеристика грузов и грузовых перевозок. Характеристика затрат на перевозку грузов. Организация перевозок собственным и наемным транспортом. Выбор транспортной организации-перевозчика. | | 4 | доклад |
| 7 | Занятие7. **Логистические издержки в системе распределения.** Доходы, издержки и прибыль в логистической системе распределения. Группировка логистических издержек в системе распределения. Проблемы учета и выделения составляющих затрат на осуществление сбытовой деятельности. Логистические информационно-компьютерные технологии в распределении. | | 2 | доклад |
| 8 | Занятие 8. **Логистический сервис в распределении.** Управление заказами и обслуживание клиентов. Состояние и перспективы развития логистического сервиса. Параметры и характеристика логистического обслуживания в распределении. Оценка качества сервиса в системе распределения. | | 4 | доклад |
|  | **Всего:** | | **32** |  |

**Задания для самостоятельной работы студента (СРС)**

Цель СРС. Самостоятельная работа студентов направления 580600 «Логистика» способствует развитию умений студента работать с научной литературой и информационными ресурсами, развивает аналитические навыки.

Конкретная учебная ситуация (кейс), требует ответов студента на вопросы по ней или написания своего видения проблемы.

Групповой проект – в группе должно быть до 5 человек, каждая группа разрабатывает свой проект.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п** | **Перечень тем.** | **Кол**  **часов** | **Форма отчета** | **Примечание** |
| 1. | * Выявление границ компетенции логистики распределения и маркетинга. * Взаимосвязь логистики и маркетинга. | 6 | доклад |  |
| 2. | * Виды распределительных каналов и их характеристики. * Практическая реализация функций логистики распределения в деятельности крупной производственной компании. * Разделение посреднических функции в системе распределения. | 6 | доклад |  |
| 3. | * Основные функции образования запасов. * Модель управления запасами по минимуму – максимуму с постоянной переодичностью их пополнения. * Модель управления запасами с установленной периодичностью их пополнения. | 6 | доклад |  |
| 4. | * Функционирование современного склада в рамках распределительной сети. * Автоматизация складских процессов, как возможность повышения эффективности функционирования современного склада. | 6 | доклад |  |
| 5. | * Проблема последующей переработки упаковки и возможные пути ее решения. * Основы внутрескладского и последующего перемещения тары. | 6 | эссе |  |
| 6. | * Развитие информационных технологий в отслеживании, анализе и повышении надежности перевозок. | 6 | Презентация |  |
| 7. | * Тенденции развития современного рынка транспортно-экспедиторских услуг. * Экономические факторы транспортировки грузов. | 6 | Презентация |  |
| 8. | * Анализ издержек на логистику распределения производственно-сбытовой организации. * Формы контроля логистических издержек в рамках логистики распределения. | 6 | Презентация |  |
| 8. | * Принцип ориентации на потребителя, как инстрементарий логистики распределения. * Управление заказами и обслуживание клиентов в распределении. * Пример разработки сбытовой стратегии на рынке снэковой продукции города с логистики распределения. | 6 | Презентация |  |
|  | * + - 1. **Итого:** | **54** |  |  |

**Контрольные вопросы к курсу**

**«Логистика распределения»**

Контрольные вопросы:

1. Сформулируйте основные направления эволюции распределения.

2. Перечислите и охарактеризуйте принципы логистики распределения.

3. Перечислите и охарактеризуйте свойства логистики распределения.

4. В чем заключается основная цель распределения товаров?

5. Какие функции соответствуют распределению продукции?

6. Какие задачи решает логистика распределения?

7. Какие задачи соответствуют внешнему распределению?

8. Какие задачи соответствуют внутреннему распределению?

9. Что является основным условием эффективного решения

задач логистики распределения?

10. Какие виды распределения соответствуют организационно-функциональному признаку?

11. Какие виды распределения соответствуют организационно-количественному признаку?

12. Опишите базовый цикл физического распределения.

13. Какие операции в физическом распределении относятся к

комплексным?

14. Какие операции в физическом распределении относятся к

элементарным?

15. Охарактеризуйте интенсивное распределение.

16. Охарактеризуйте селективное распределение.

17. Охарактеризуйте эксклюзивное распределение.

18. Перечислите варианты формирования материального потока

в цепях поставок.

19. Разделите материальные ресурсы на производственного и

непроизводственного потребления.

20. Сформулируйте понятие канала распределения и распределительной сети.

21. Перечислите факторы, влияющие на вид канала.

22. Какие типы каналов выделяют?

23. Дайте характеристику типам каналов.

24. Перечислите и охарактеризуйте показатели соответствия

канала продукту.

25. Как характеризуются горизонтальные канала?

26. Как характеризуются вертикальные канала?

27. Что понимают под горизонтальными ограничениями?

28. Что понимают под горизонтальными ограничениями?

29. Что понимают под уровнем канала распределения?

30. Какие параметры характеризуют канал распределения?

31. Какие факторы влияют на выбор канала распределения?

32. Какие вопросы решаются при планировании международных каналов?

33. Что понимают под прямым экспортом? Каковы его преимущества?

34. Что понимают под косвенным экспортом? Каковы его преимущества?

35. Перечислите и охарактеризуйте посредников в сфере физического распределения.

36. Перечислите и охарактеризуйте посредников в поддерживающих сферах.

37. Перечислите причины, вызывающие необходимость в оптовых посредниках.

38. Что такое квотирование, на чем оно основано?

39. Опишите тенденции в развитии рынка логистических услуг.

40. Охарактеризуйте современные технологии товародвижения.

41. Охарактеризуйте современные технологии коммуникации.

42. Что понимают под аутсорсингом?

43. Какие функции могут передаваться на аутсорсинг?

**10. Список используемой литературы:**

**Основная литература**

1. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: учеб. –

М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 432 с.

2. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная

цепь поставок. 2-е изд. / Пер. с англ. – М.: ЗАО «ОлимпБизнес», 2006. – 640 с.

3. Жалило Б. Книга директора по сбыту. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.

4. Логистика: тренинг и практикум: учеб. пособие / Б.А. Аникин, В.М. Вайн, В.В. Водянова [и др.]; под ред. Б.А. Аникина,

Т.А. Родкиной. – М.: Проспект, 2009. – 448 с.

5. Степанов В.И. Логистика: учебник. – М.: Проспект, 2010. – 488 с.

6. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: 88 Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 430 с.

**Дополнительная литература:**

1. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – 3-е изд. – М.: Издательский дом «Дашков и К0», 2001. – 412 с.

2. Дегтярев Г.Н. Организация и механизация погрузочноразгрузочных работ на автомобильном транспорте: Учебное пособие. – 2-е издание перераб. и доп. –М.: Транспорт, 1980. – 264 с.

3. Джеймс Д. и др. Современная логистика, 7-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.

4. Дыбская В.В. Логистика складирования для практиков. – М.: Издательство «Альфа-Пресс». 2005. – 208 с.

5. Николайчук В.Е. Логистика в сфере распределения. – СПб: Питер, 2001. – 160 с.

6. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.

7. Управление каналами дистрибуции /Линда Горчелс, Эд Мариен, Чак Уэст – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005.– 248 с.

**Интернет – ресурсы:**

1. https://biblio-online.ru – Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ»
2. <http://www.twirpx.com> – Образовательный портал для студентов
3. <https://www.marketing.spb.ru/> - Имитационное моделирование для бизнеса

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ**

**КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**Кыргызский Государственный Технический Университет им. И. Раззакова**

**Кыргызско-Германский технический институт**

«Утвержден»

На заседании Методического Совета

КГТУ им. И.Раззакова \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Председатель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 г.

**СИЛЛАБУС**

по дисциплине: курс по выбору **«Логистика распределения»**

для направления(специальности) «Логистика»

форма обучения очная

Всего \_\_\_\_4\_\_ кредитов

Курс \_\_\_\_4\_\_\_

Семестр\_\_\_7\_\_\_

Лекций \_\_32\_\_\_\_\_ часов

Лабораторных \_\_32\_ часов

Количество рубежных контролей (КР) \_2\_

СРС \_\_\_56\_\_\_\_ часов

Экзамен \_\_\_7\_\_\_\_\_ семестр

Всего аудиторных часов \_\_\_64\_\_\_\_\_\_\_\_

Всего внеаудиторных часов\_\_56\_\_\_\_\_\_\_\_

Общая трудоемкость \_\_\_\_120\_\_ часов

Рассмотрен на заседание кафедры «Логистика »

Протокол №1 от « » сентября 2020г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

д.э.н., проф. Уметалиев А.С.

Бишкек 2020г.

Силлабус

|  |  |
| --- | --- |
| Название дисциплины: «Логистика сервиса» | Статус дисциплины: вариативная часть |
| Количество кредитов -4  -Лекционных – 32  -Практических -32  -СРС - 56 | Данные о преподавателе:  Жайлообаев С. У. преподаватель кафедры «Логистика» ауд. 1/ 401,2/425 |
| Дата:  2020-2021 уч.год; 7 семестр | Контактная информация :  Сот. 0558772188  е-mail:aske.sardar@gmail.com |
| Проведение занятий:  согласно расписанию занятий | Консультации:  Вторник с 14.30 по 16-00 |

1. **Введение**

Курс «Логистика распределения» изучается студентами на 4 курсе, обучающихся по направлению «Логистика». По итогам изучения дисциплины студенты сдают экзамен.

**2. Цель и задачи дисциплины.**

Дисциплина «Логистика распределения» относится к вариативной части профессионального цикла и имеет следующие цели и учебные задачи:

- выработать у студентов способность анализировать взаимосвязь между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-11);

- воспитать способность разработки маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-12);

- обучить использованию основных методов логистики для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-13).

В результате изучения дисциплины студент должен приобрести следующие знания и компетенции:

- навыком управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-26);

- навыком управление запасами и логистическими рисками в цепях поставок;

- способностью выполнять операции и функции логистики запасов и складирования и интегрировать их с другими функциями во всей логистической цепи поставок.

**Актуальность курса**

Данная дисциплина изучается студентами специальности «Логистика» входит в вариативную часть курса изучаемых дисциплин Государственного образовательного стандарта. Полученные в высшем учебном заведении знания и навыки логистике распределения помогут в дальнейшей профессиональной деятельности, а также при написании проектов, бизнес-планов. В результате изучения курса студент должен знать:

- существующие формы организации управления; разработку и обоснование предложений по их совершенствованию (ПК-28);

- формирование и развитие логистической, производственной инфраструктуры для активного решения проблем повышения конкурентоспособности компаний и цепей поставок в целом;

- решение проблемы «инсорсинг/аутсорсинг» и выбор логистических провайдеров.

**Пререквизиты:** Логистика/ Менеджмент цепи поставок, Сервисная деятельность, Маркетинг/ Логистический маркетинг, Менеджмент/Логистический менеджмент.

**Постреквизиты:**

**-** проводить расчеты по выбору экономичных схем и технологий товародвижения в цепях поставок;

- разрабатывать стратегии распределения и архитектуру каналов распределения;

- принимать управленческие решения в области управления распределением.

**3. Методы изучения дисциплины**

Изучение данной дисциплины предполагает проведение :

-Лекционных и практических занятий в объеме 4 кредитов- 16 недель , из них :

-Лекционные занятия – 2 кредита – 16 недель.

-Практические занятия в объеме 2 кредита - 16 недель

-СРС 2 кредита.

- Проведение итогового тестирования.

**Пререквизиты:** Логистика/ Менеджмент цепи поставок, Сервисная деятельность, Маркетинг/ Логистический маркетинг, Менеджмент/Логистический менеджмент.

**Постреквизиты:**

**-** проводить расчеты по выбору экономичных схем и технологий товародвижения в цепях поставок;

- разрабатывать стратегии распределения и архитектуру каналов распределения;

- принимать управленческие решения в области управления распределением.

**3. Методы изучения дисциплины**

Изучение данной дисциплины предполагает проведение :

-Лекционных и практических занятий в объеме 4 кредитов- 16 недель , из них :

-Лекционные занятия – 2 кредита – 16 недель.

-Практические занятия в объеме 2 кредита - 16 недель

-СРС 2 кредита.

- Проведение итогового тестирвания.

**Политика курса:**

- Не опаздывать на занятия;

- Не разговаривать во время занятий, не жевать резинку;

- На занятия приходить в деловой одежде;

- Не пропускать занятия, в случае болезни представить справку;

- Пропущенные занятия отрабатывать в дни дежурств преподавателя на кафедре;

-Своевременно и старательно выполнять домашние задания, обязательно конспектировать лекции;

- В случае невыполнения заданий итоговая оценка снижается;

- Активно участвовать в учебном процессе.

**Политика оценки студентов**

**Рейтинговый лист оценки знаний студентов** (с разбивкой по баллам по видам и формам оценивания)

По результатам изучения модуля оценка знаний студента формируется следующим образом:

1. Посещение занятий ………20……….. баллов

2. Выполнение практических заданий и самостоятельной работы с преподавателем …………30……………. баллов.

3. Выполнение самостоятельной работы студента (0-10) баллов.

4. Модульно-рейтинговый контроль (on-line тестирование, бланочное тестирование, устный опрос) 20 баллов за каждый модуль.

Штрафные баллы:

1. Опоздание на занятия (-1 балл)

2. Использование мобильных средств на лекционных занятиях (-1 балл)

3. Несвоевременная сдача практических работ (проектов) (- 4 балла)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № модуля | Объем модуля в часах | Оценка в баллах | | Сроки |
| Мин. Макс. | |
| *Текущий контроль* | | | | |
| М. 1 | Лк – 8 час. …1. (кредит) Пр – 8 час. 1. (кредит) СРС – 14 час. 1. (кредит) Сумма баллов: | 10 | 30 | 8 неделя |
| М. 2 | Лк – 8 час. …1. (кредит) Пр – 8 час. 1. (кредит) СРС – 14 час. 1. (кредит) Сумма баллов: | 10 | .30 | 16 неделя |

*Заключительный контроль*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Всего баллов: | 10 | 40 | по  расписанию  экзаменов |

На основании полученной студентом суммы баллов оценка, в соответствии с приведенной ниже таблицей.

за семестр выставляется

Итоговое распределение баллов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Удовлетворительно | Хорошо | Отлично |
| Сумма баллов | 61-73 | 74-86 | 87-100 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Содержание оценки** | | **……….** | | |
| **Отлично** – замечательный результат при нескольких незначительных недостатках | **5** | **A** | **Отлично** | **з а ч е т** |
| **Очень хорошо** – результат выше среднего, несмотря на определённое количество недостатков | **4+** | **В** | **Хорошо** |
| **Хорошо** – в общем хорошая работа, несмотря на определённое число значительных недостатков | **4** | **С** |  |  |
| **Удовлетворительно** – добросовестная работа, содержащая, однако, значительные недостатки | **3+** | **D** | **Удовлет­ворительно** |
| **Посредственно** – результат  соответствует минимально допустимым критериям | **3** | **Е** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Лекции**  **№** | **Наименование**  **темы лекционных занятий** | **Наименование**  **темы практических занятий** | **Темы СРС** |  |
| 1 | **Тема 1.** Предмет и задачи дисциплины «Логистика распределения» | - Распределительная логистика и ее задачи;  - Основные функции логистики;  - Каналы распределения как составная часть логистической системы;  - Выбор посредников в логистике распределения. | - «Выявление границ компетенции логистики распределения и маркетинга».  - «Взаимосвязь логистики и маркетинга». |  |
| 2 | **Тема 2.** Система распределения как часть интегрированной логистической системы. | Рассматриваются маркетинговый и логистический подходы к формированию каналов распределения. Перечисляются факторы, которые необходимо учитывать при разработке структуры канала распределения. Особое внимание уделяется критериям эффективности реализации интегрированного логистического подхода к формированию каналов распределения. | - «Виды распределительных каналов и их характеристики».  - «Практическая реализация функций логистики распределения в деятельности крупной производственной компании».  - «Разделение посреднических функции в системе распределения». | [2]  [4] |
| 3 | **Тема 3.** Структура системы распределения. | - Исследование спроса, предложения и товаров, представленных на рынке;  - Отбор, сортировка и формирование наиболее приемлемых для покупателя партий поставок;  - Продвижение товаров на рынок;  - Доработка товаров в соответствии с запросами рынка;  - Установление и поддержание контактов с существующими и потенциальными покупателями;  - Финансирование производителей;  - Распределение риска, связанного с возможными потерями в процессе доставки и продажи товаров;  - Хранение товаров на складах. | - «Основные функции образования запасов».  - «Модель управления запасами по минимуму – максимуму с постоянной периодичностью их пополнения».  - «Модель управления запасами с установленной периодичностью их пополнения». | [1]  [3] |
| 4 | **Тема 4.** Посредники в системе распределения. | **- Основы распределения товара в системе распределения;**  **- Понятие и виды посредников и агентов в системе распределения товарной продукции;**  **- Место, функции и значение посредников и агентов при распределении товара.** | - «Функционирование современного склада в рамках распределительной сети».  - «Автоматизация складских процессов, как возможность повышения эффективности функционирования современного склада». | [1]  [2] |
| 5 | **Тема 5.** Основные системы распределения. | - Одноканальная система распределения - для выхода на определенный сегмент.  - Многоканальная система распределения - для выхода на один или несколько сегментов рынка.  - Комбинированная система распределения - многоканальная система распределения.  - Экстенсивное распределение - продукция размещается и продается в тех торговых точках.  - Интенсивное распределение - обеспечить своей продукцией максимально возможное число торговых точек.  - Эксклюзивное (исключительное) распределение - эксклюзивные права на распределение продукции. | - «Проблема последующей переработки упаковки и возможные пути ее решения».  - «Основы внутрескладского и последующего перемещения тары». |  |
| 6 | **Тема 6.** Методы сбыта готовой продукции. | - Планирования процесса сбыта;  - Организации получения и обработки заказа;  - Осуществление операций, предшествующих отгрузке (выбора вида и формы упаковки, комплектации, сортировки и др);  - Организации и контроля доставки продукции;  - Организация послепродажного обслуживания. | - «Развитие информационных технологий в отслеживании, анализе и повышении надежности перевозок».  - «Тенденции развития современного рынка транспортно-экспедиторских услуг».  - «Экономические факторы транспортировки грузов». |  |
| 7 | **Тема 7.** Основные технологии товародвижения в системе распределения. | - Описание действующего процесса размещения заказов;  - Составление схемы, описывающей действующий процесс размещения заказов;  - Описание каждого логистического процесса (например, размещение заказа, внесение изменений в заказ, транспортировка и т. п.) в действующем процессе продаж с указанием:  - частоты его выполнения;  - лица (группы лиц), отвечающего за его выполнение;  - информации, необходимой для его выполнения (источника информации, как и когда предоставляется эта информация);  - средней, минимальной и максимальной его длительности;  - причин нестабильности длительности его исполнения;  - показателей эффективности, специфических для этого логистического процесса, и существующих уровней его эффективности.  - Составление перечня показателей, используемых для оценки эффективности процесса продаж;  - Определение влияния на покупателя эффективности существующего про­цесса продаж;  - Описание условий поставок товаров и услуг.  - Обоснование уровня товарных запасов. | - «Анализ издержек на логистику распределения производственно-сбытовой организации».  - «Формы контроля логистических издержек в рамках логистики распределения». |  |
| 8 | **Тема 8.** Взаимосвязь и взаимодействие логистики и маркетинга | - Пограничные задачи логистики и маркетинга:  - построение сети распределения,  - выбор тары и упаковки,  - ценообразование,  - построение схемы взаимоотношений с потребителями или заказчиками.  Задачи маркетинга:  - исследование рынка,  - разработка товара,  - продвижение товаров,  - управление продажами. | Управление заказами и обслуживание клиентов. Состояние и перспективы развития логистического сервиса. Параметры и характеристика логистического обслуживания в распределении. Оценка качества сервиса в системе распределения. |  |
|  | **Тема 9.** Управление заказами как функция требующая межфункциональной координации. | - Выделение заказа в системе обслуживания в качестве планового, контрольного и учетного объекта и применение по отношению к нему системного подхода;  - Формирование потока заказов в соответствии с требованиями клиентов;  - Планирование процесса выполнения заказов и контроль его стадий, расчет параметров процесса обслуживания;  - Регулирование процесса, т. е. непрерывное отслеживание перемещения и изменения характеристик каждого заказа и оперативная корректировка его выполнения;  - Обеспечение надежности и безопасности процесса выполнения заказов, резервирование коммуникаций, технического и технологического оборудования;  - Формирование инфраструктуры для обеспечения эффективного функционирования системы обслуживания;  - Координация действий непосредственных и опосредованных участников процесса обслуживания в цепи поставок;  - Обеспечение функционирования системы обслуживания с запланированным уровнем затрат ресурсов. | планирование процесса выполнения заказов и контроль его стадий |  |
|  | **Тема 10.** Логистические провайдеры в системе логистики распределения. | - Транспортные фирмы.  Экспедиторы и агенты.  - Склады, терминалы.  - Провайдеры логистических услуг – фирмы, организующие  комплексное внешнее логистическое обслуживание клиентов;  - Страховщики (страховые компании). |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **32ч** | **32ч** | **56ч** | **120 ч** |

**Контрольные вопросы к курсу**

**«Логистика распределения»**

Контрольные вопросы:

1. Сформулируйте основные направления эволюции распределения.

2. Перечислите и охарактеризуйте принципы логистики распределения.

3. Перечислите и охарактеризуйте свойства логистики распределения.

4. В чем заключается основная цель распределения товаров?

5. Какие функции соответствуют распределению продукции?

6. Какие задачи решает логистика распределения?

7. Какие задачи соответствуют внешнему распределению?

8. Какие задачи соответствуют внутреннему распределению?

9. Что является основным условием эффективного решения

задач логистики распределения?

10. Какие виды распределения соответствуют организационно-функциональному признаку?

11. Какие виды распределения соответствуют организационно-количественному признаку?

12. Опишите базовый цикл физического распределения.

13. Какие операции в физическом распределении относятся к

комплексным?

14. Какие операции в физическом распределении относятся к

элементарным?

15. Охарактеризуйте интенсивное распределение.

16. Охарактеризуйте селективное распределение.

17. Охарактеризуйте эксклюзивное распределение.

18. Перечислите варианты формирования материального потока

в цепях поставок.

19. Разделите материальные ресурсы на производственного и

непроизводственного потребления.

20. Сформулируйте понятие канала распределения и распределительной сети.

21. Перечислите факторы, влияющие на вид канала.

22. Какие типы каналов выделяют?

23. Дайте характеристику типам каналов.

24. Перечислите и охарактеризуйте показатели соответствия

канала продукту.

25. Как характеризуются горизонтальные каналы?

26. Как характеризуются вертикальные канала?

27. Что понимают под горизонтальными ограничениями?

28. Что понимают под горизонтальными ограничениями?

29. Что понимают под уровнем канала распределения?

30. Какие параметры характеризуют канал распределения?

31. Какие факторы влияют на выбор канала распределения?

32. Какие вопросы решаются при планировании международных каналов?

33. Что понимают под прямым экспортом? Каковы его преимущества?

34. Что понимают под косвенным экспортом? Каковы его преимущества?

35. Перечислите и охарактеризуйте посредников в сфере физического распределения.

36. Перечислите и охарактеризуйте посредников в поддерживающих сферах.

37. Перечислите причины, вызывающие необходимость в оптовых посредниках.

38. Что такое квотирование, на чем оно основано?

39. Опишите тенденции в развитии рынка логистических услуг.

40. Охарактеризуйте современные технологии товародвижения.

41. Охарактеризуйте современные технологии коммуникации.

42. Что понимают под аутсорсингом?

43. Какие функции могут передаваться на аутсорсинг?

**Темы докладов:**

|  |
| --- |
| * Развитие информационных технологий в отслеживании, анализе и повышении надежности перевозок. * Тенденции развития современного рынка транспортно-экспедиторских услуг. * Анализ издержек на логистику распределения производственно-сбытовой организации. * Формы контроля логистических издержек в рамках логистики распределения. * Базовая концепция общих издержек, как элемент интегрированной логистической системы. роль затрат на логистику распределения. * Принцип ориентации на потребителя, как инстрементарий логистики распределения. * Управление заказами и обслуживание клиентов в распределении. * Пример разработки сбытовой стратегии на рынке снэковой продукции города с логистики распределения. |

Список литературы:

Основная литература

1. 1. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: учеб. –
2. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 432 с.
3. 2. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная
4. цепь поставок. 2-е изд. / Пер. с англ. – М.: ЗАО «ОлимпБизнес», 2006. – 640 с.
5. 3. Жалило Б. Книга директора по сбыту. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.
6. 4. Логистика: тренинг и практикум: учеб. пособие / Б.А. Аникин, В.М. Вайн, В.В. Водянова [и др.]; под ред. Б.А. Аникина,
7. Т.А. Родкиной. – М.: Проспект, 2009. – 448 с.
8. 5. Степанов В.И. Логистика: учебник. – М.: Проспект, 2010. – 488 с.
9. 6. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: 88 Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 430 с.

Дополнительная литература:

1. 1. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – 3-е изд. – М.: Издательский дом «Дашков и К0», 2001. – 412 с.
2. 2. Дегтярев Г.Н. Организация и механизация погрузочноразгрузочных работ на автомобильном транспорте: Учебное пособие. – 2-е издание перераб. и доп. –М.: Транспорт, 1980. – 264 с.
3. 3. Джеймс Д. и др. Современная логистика, 7-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.
4. 4. Дыбская В.В. Логистика складирования для практиков. – М.: Издательство «Альфа-Пресс». 2005. – 208 с.
5. 5. Николайчук В.Е. Логистика в сфере распределения. – СПб: Питер, 2001. – 160 с.
6. 6. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.
7. 7. Управление каналами дистрибуции /Линда Горчелс, Эд Мариен, Чак Уэст – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005.– 248 с
8. Интернет – ресурсы:
9. https://biblio-online.ru – Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ»
10. http://www.twirpx.com – Образовательный портал для студентов
11. https://www.marketing.spb.ru/ - Имитационное моделирование для бизнеса

**Глоссарий по предмету «Логистика распределения»**

Вертикальные каналы распределения – каналы, которые включают производителя и одного или нескольких посредников, действующих как единая система.

Вертикальный информационный поток – поток, который перемещается от высшего уровня логистической системы к низшему.

Внешние логистические операции – операции, ориентированные на интеграцию логистической системы с внешней средой (операции в сфере снабжения и сбыта).

Внешний информационный поток – поток, который циркулирует между логистической системой и внешней средой.

Внешний материальный поток – поток, который протекает во внешней по отношению к данной логистической системой среде.

Внешняя логистика – логистика, занимающаяся вопросами регулирования потоковых процессов, которые выходят за пределы деятельности, но находятся в сфере влияния субъектов хозяйствования.

Внутренние логистические операции – операции, которые выполняются внутри логистической системы.

Внутренний информационный поток – поток, который циркулирует внутри логистической системы или ее отдельного элемента.

Внутренний материальный поток – поток, который протекает во внутренней относительно данной логистической системы среде.

Внутренняя логистика – логистика, направленная на координацию и усовершенствование хозяйственной деятельности, связанной с управлением потоковыми процессами в пределах предприятия или корпоративной группы предприятий.

Военная логистика – совокупность средств и способов, необходимых для доставки людей, техники и боеприпасов к месту боевых действий, а также планированию и организации мероприятий по подготовке и осуществлению связанных с этим процессов.

Входящий материальный поток – внешний поток, который поступает в логистическую систему из внешней среды.

Выходящий материальный поток – поток, который выходит из логистической системы и поступает во внешнюю для нее среду.

Гибкая логистическая система – система, в которой доведение материального потока до потребителей осуществляется как по прямым связям, так и при участии посредников.

Горизонтальные каналы распределения – традиционные каналы распределения, которые состоят из независимого производителя и одного или нескольких независимых посредников.

Горизонтальный информационный поток – поток, который принадлежит одному уровню иерархии логистической системы.

Двухсторонние логистические операции – операции, связанные с переходом права собственности на продукцию и страховых рисков от одного юридического лица к другому.

Децентрализованная распределительная система – система, которая состоит из нескольких распределительных центров, которые находятся на территории товарных рынков, вблизи потребителей.

Диспозитивная информационная система – система, которая создается на уровне управления складом или цехом и является средством обеспечения налаженной работы логистической системы.

Жесткий логистический сервис – услуги, связанные с обеспечением работоспособности, безотказности и согласованности параметров эксплуатации товара.

Закупка – подсистема предприятия, которая обеспечивает поступление материального потока в логистическую систему.

Закупочная логистика – управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами.

Запасы грузопереработки – специфический складской запас, который формируется без логистической операции хранения (например, перегрузка в одном транспортном узле с одного вида транспорта на другой, консолидация, сортировка и т.д.).

Запасы продвижения – запасы готовой продукции, которые формируются и поддерживаются в дистрибутивных каналах для быстрой реакции на проведенную фирмой маркетинговую политику продвижения товара на рынок, обычно сопровождающуюся широкомасштабной рекламой в средствах массовой информации, призванные удовлетворить возможное резкой увеличение спроса на готовую продукцию фирмы.

Запасы снабжения – материальные ресурсы, которые находятся в логистических цепях от поставщиков до складов материальных ресурсов товаропроизводителя, предназначенные для обеспечения производства готовой продукции.

Интегральный материальный поток – множество элементарных потоков, которые формируются на предприятии.

Интенсивное распределение – предусматривает обеспечение запасами продукции как можно большего количества торговых предприятий.

Интермодальная транспортировка – перевозка груза двумя или несколькими разными видами транспорта.

Информационная логистика – логистика, которая организовывает поток данных, сопровождающих материальный поток, и охватывает управление всеми процессами перемещения и складирования реальных товаров на предприятии, позволяя обеспечивать своевременную доставку этих товаров в необходимых количествах, комплектации, качества из точки их возникновения в точку потребления с минимальными расходами и оптимальным сервисом.

Информационный поток – совокупность циркулирующих в логистической системе, между логистической системой и внешней средой сообщений, необходимых для управления и контроля логистических операций.

Исполнительная информационная система – система, которая формируется на уровне административного или оперативного управления, где обработка информации осуществляется в реальном масштабе времени.

Каналы распределения – совокупность предприятий и организаций, через которые проходит продукция от места ее изготовления к месту потребления. Другими словами, каналы распределения – это путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю.

Карта процесса – схема потоков, возникающих при поступлении заказа от покупателя и завершающихся поставкой товара, которая наглядно показывает, сколько времени тратится на операции, обеспечивающие или не обеспечивающие увеличение ценности.

Концепция логистики – система взглядов на усовершенствование хозяйственной деятельности путем рационализации управления материальными потоками.

Логистика – теория и практика управления материальными и связанными с ними информационными потоками.

Логистика сервисного отзыва – процесс координации логистических операций, необходимых для предоставления услуг наиболее эффективным способом с точки зрения расходов и удовлетворения запросов потребителей.

Логистическая информационная система – определенным образом организованная совокупность взаимосвязанных средств вычислительной техники, различных справочников и необходимых средств программирования, которая обеспечивает решение тех или иных функциональных задач управления материальными потоками.

Логистическая операция – обособленная совокупность действий по реализации логистических функций, направленная на преобразование материального и/или информационного потока.

Логистическая система – адаптивная система с обратной связью, которая выполняет те или иные логистические функции (операции), состоит из подсистем и имеет развитые внутрисистемные связи и связи с внешней средой.

Логистическая система с прямыми связями – система, в которой материальный поток доводится до потребителя без участия посредников, на основе прямых хозяйственных связей.

Логистическая функция – укрупненная группа логистических операций, направленных на реализацию цели логистической системы.

Логистическая цепь – линейно упорядоченное множество участников логистического процесса, которые осуществляют логистические операции доведения внешнего материального потока от одной логистической системы к другой при условии производственного потребления или до конечного потребителя при условии личного непроизводственного потребления.

Логистические расходы – расходы, связанные с выполнением логистических операций.

Логистический канал – частично упорядоченное множество различных посредников, которые осуществляют доведение материального потока от конкретного производителя до его потребителей.

Логистический сервис – является определенной совокупностью услуг, которые предоставляются в процессе непосредственного снабжения товарами потребителей, выступает завершающим этапом продвижения материального потока логистическими цепями.

Макрологистика – логистика, которая исследует процессы, протекающие на региональном, межрегиональном, общенациональном и межгосударственном уровнях.

Макрологистическая система – крупная логистическая система управления потоковыми процессами при участии нескольких независимых субъектов хозяйствования, не ограниченных в территориальном расположении.

Материальные запасы – это продукция производственно-технического назначения, которая находится на разных стадиях производства и обращения, изделия народного потребления и другие товары, которые ожидают поступления в процесс производственного или личного потребления.

Материальный поток – это совокупность товарно-материальных ценностей, которые рассматриваются на временном интервале в процессе применения к ним различных логистических операций.

Метод АВС – способ нормирования и контроля состояния запасов, который состоит в разбивке номенклатуры N, реализованных товарно-материальных ценностей на три неравных подмножества А, В и С на основе некоторого формального алгоритма.

Микрологистика – логистика, которая исследует комплекс вопросов по управлению материальными, информационными и другими потоками, основываясь на интересах отдельного предприятия или корпоративной группы предприятий, объединенных общими целями по оптимизации хозяйственных связей.

Микрологистическая система – логистическая система, которая охватывает внутрипроизводственную логистическую сферу одного предприятия или группы предприятий, объединенных на корпоративных основах.

Мощность материального потока – объемы продукции, которые перемещаются за единицу времени.

Мягкий логистический сервис – услуги, связанные с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы потребителя, а также расширением сферы его использования.

Напряженность материального потока – интенсивность перемещения материальных ресурсов, полуфабрикатов и готовой продукции.

Неликвидные запасы – запасы, которые формируются вследствие расхождения логистических циклов в производстве и дистрибуции с жизненным циклом товаров, а также из-за ухудшения качества товаров при хранении.

Нормативный уровень запасов – расчетная величина запасов, которая достигается при очередной закупке.

Односторонние логистические операции – операции, не связанные с переходом права собственности на продукцию и страховых рисков, выполняются внутри логистической системы.

Операционный материальный поток – поток материальных ресурсов относительно конкретных логистических операций.

Оптимальный (экономический) размер заказа – показатель, выражающий мощность материального потока, направленного поставщиком по заказу потребителя, который обеспечивает для последнего минимальное значение суммы двух логистических составляющих: транспортно-заготовительных расходов и расходов на формирование и хранение запасов.

Планирование и управление производством – подсистема предприятия, которая принимает материальный поток от системы закупок и управляет им в процессе выполнения различных технологических операций, преобразовывающих предмет труда в продукт труда.

Плановая информационная система – система, которая формируется на административном уровне управления и служит для принятия долгосрочных решений стратегического характера.

Подготовительные (буферные) запасы – часть производственного (товарного) запаса, предназначенная для подготовки материальных ресурсов и готовой продукции к производственному или личному потреблению, их наличие вызвано необходимостью выполнения определенных логистических операций приемки, оформления, загрузки-разгрузки, дополнительной подготовки к потреблению.

Поток – это совокупность объектов, которые воспринимаются как одно целое. Она существует как процесс на некотором временном интервале и измеряется в абсолютных единицах за определенный период времени.

Продуктовый материальный поток – поток, объектом изучения (анализа, планирования) которого является перемещение конкретных продуктов и средств труда.

Производственная логистика – система планирования, организации и осуществления внутрипроизводственных грузопотоков сырья, материалов, комплектующих изделий, полуфабрикатов, готовых изделий и продукции, которая включает внутризаводской транспорт, тару многоразового использования, технические средства механизации и автоматизации перегрузочных, транспортных и складских работ в основном технологическом процессе производства, управление этими грузопотоками, их инженерно-техническое, информационное, юридическое, научно-методическое, финансовое обеспечение.

Производственные запасы – запасы материальных ресурсов и незавершенного производства, которые поступили потребителям и не были переработаны, которые находятся на предприятиях всех отраслей сферы материального производства, предназначенные для производственного потребления и которые позволяют обеспечить бесперебойность производственного процесса.

Развитие поставщика – определение позиций поставщика, по которым необходимо достигнуть улучшений в данный момент или в перспективе для потребностей данного предприятия, а также определение комплекса мероприятий, необходимых для улучшения совместного сотрудничества.

Распределительная логистика – управление транспортировкой, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, которые осуществляются в процессе доставки готовой продукции до потребителя согласно интересам и требованиям последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

Распределительная сеть – совокупность каналов распределения.

Распределительный центр – складской комплекс, который получает товары от предприятий-производителей или от предприятий оптовой торговли (например, которые находятся в других регионах страны или за границей) и распределяет их более мелкими партиями заказчикам (предприятиям мелкооптовой и розничной торговли) через свою или их товаропроводящую сеть.

Расходы упущенных возможностей – характеризуют потерянную выгоду, связанную с тем, что ограниченный объем ресурсов может быть использован только определенным образом, что исключает использование другого возможного варианта получения прибыли.

Сбыт – подсистема предприятия, которая обеспечивает выбытие материального потока из логистической системы.

Сезонные запасы – запасы материальных ресурсов и готовой продукции, которые формируются и поддерживаются при очевидных сезонных колебаниях спроса или сезонном характере производства, транспортировок.

Селективное распределение – выступает «золотой серединой» между методами интенсивного и эксклюзивного распределения.

Сервис – комплекс услуг, которые предоставляются в процессе заказа, покупки, поставки и дальнейшего обслуживания продукции.

Система поставок «точно в срок» – система организации поставок, которая основана на синхронизации процессов доставки материальных ресурсов в необходимом количестве и в тот момент, когда звенья логистической системы в них нуждаются, с целью минимизации расходов, связанных с формированием запасов.

Система управления запасами – совокупность правил и показателей, которые определяют момент времени и объем закупок продукции для пополнения запасов.

Системный материальный поток – материальный поток, который циркулирует в целом в логистической системе, его параметры определяются путем добавления участковых материальных потоков.

Системный подход – методология научного познания, в основе которой лежит рассмотрение объектов как систем, что позволяет увидеть исследуемый объект как комплекс взаимосвязанных подсистем, объединенных совместной целью, раскрыть его интеграционные свойства, а также внутренние и внешние связи.

Склад – это здание, сооружение, предназначенное для приемки, размещения и хранения поступивших товаров, подготовки их к потреблению и отправке потребителю.

Склад буферных запасов – склад, предназначенный для обеспечения производственного процесса.

Склад хранения – склад, обеспечивающий сохранность и защиту складируемых изделий.

Складские запасы – запасы продукции, которые находятся на складах различного типа и уровня определенных звеньев логистической системы, как внутрифирменных, так и логистических посредников.

Совокупные материальные запасы – запасы, которые являются объектом оптимизации логистического управления с точки зрения общих расходов и содержат в себе запасы в снабжении, производственные запасы и товарные запасы.

Спекулятивные запасы – запасы, которые формируются для защиты от возможного повышения цен на материальные ресурсы или введения протекционных квот и тарифов.

Страховые (гарантийные) запасы – запасы, предназначенные для непрерывного снабжения потребителя в условиях непредусмотренных обстоятельств.

Тарифная ставка – установленная автотранспортным предприятием цена выполнения услуги.

Тарифная схема – установленный для определенной ситуации порядок расчетов за перевозку грузов.

Текущие (регулярные) запасы – основная часть производственных и товарных запасов, которые предназначены для обеспечения непрерывности процесса производства и сбыта между двумя очередными поставками, формируются в условиях неравномерного и регулярного снабжения из-за несоответствия объемов снабжения и разового потребления.

Терминал – склад, расположенный в транспортном узле.

Технологическая карта – форма документации, которая отражает детальную пооперационную разработку складского технологического процесса с определением технических средств, расходов времени на его выполнение.

Технологический график – расписание, которое предусматривает выполнение складских операций во времени (на протяжении смены, суток).

Товарные (сбытовые) запасы – запасы готовой продукции, транспортные запасы, которые находятся на складах готовой продукции фирмы производителя и в дистрибутивной сети, предназначенные для удовлетворения спроса потребителей (продажи).

«Толкающая» внутрипроизводственная логистическая система – система организации производства, в которой предметы труда, которые поступают на производственный участок, непосредственно этим участком у предыдущего технологического звена не заказываются.

Точка заказа – минимальный (контрольный) уровень запасов продукции, при условии наступления которого необходимо их пополнение.

Транспорт не общего пользования – внутрипроизводственный транспорт, а также транспортные средства всех видов, которые принадлежат нетранспортным предприятиям, выступает, как правило, составляющей частью каких-нибудь производственных систем.

Транспорт общего пользования (магистральный) – отрасль народного хозяйства, которая удовлетворяет потребности всех отраслей народного хозяйства и населения в перевозках грузов и пассажиров.

Транспортировка – ключевая комплексная активность, связанная с перемещением материальных ресурсов, незавершенного производства или готовой продукции определенным транспортным средством логистической цепью, и которая, в свою очередь, складывается из комплексных и элементарных активностей, включая экспедирование, грузопереработку, упаковку, передачу прав собственности на груз, страхование и т.п.

Транспортная логистика – логистика, которая решает комплекс задач, связанных с организацией перемещения грузов транспортом общего пользования.

Транспортные запасы (запасы в пути, транзитные запасы) – запасы материальных ресурсов, незавершенного производства или готовой продукции, которые находятся в процессе транспортировки от одного звена логистической системы к другой или в пределах одного звена логистической системы.

«Тянущая» внутрипроизводственная логистическая система – система организации производства, в которой детали и полуфабрикаты подаются на следующую технологическую операцию из предыдущей по мере необходимости.

Универсальный агент – осуществляет любые юридические действия от имени принципала.

Унимодальная транспортировка – доставку груза одним видом транспорта.

Уровень распределения логистического потока – какой-либо посредник-участник логистической системы, который выполняет распределительные функции, трансформируя материальные потоки в процессе их продвижения к конечному пункту назначения.

Услуга – некоторое действие, которое приносит пользу потребителю.

Участковый материальный поток – совокупный поток, который рассматривается на отдельном участке логистической системы, основой его исчисления являются операционные логистические потоки.

Централизованная распределительная система – система, в которой распределительный центр направляет товары, произведенные предприятием-производителем, конечным или промежуточным потребителям в различные регионы страны (оптовым или мелкооптовым посредникам или непосредственно в розничную торговую сеть).

Эксклюзивное распределение – предусматривает ограниченное количество посредников, которые торгуют данной продукцией в границах территорий сбыта.

Эксклюзивный дилер – дилер, который является единственным представителем производителя в данном регионе и наделенный исключительными правами по реализации его продукции.

Элементарный материальный поток – совокупность ресурсов одного наименования, которые расположены от конкретного источника производства до момента потребления.

Эффективность логистической системы – это показатель (или система показателей), который характеризует уровень качества функционирования логистической системы при заданном уровне общих логистических расходов.

Эшелонированная логистическая система – система, в которой материальный поток доставляется потребителю при участии как минимум одного посредника.

**Краткий конспект лекций**

|  |
| --- |
| **Тема 1.** Предмет и задачи дисциплины «Логистика распределения»  Логистика в сфере распределения представляет собой комплекс стратегических, организационных, финансовых и других мер, тесно связанных между собой в гибкую систему управления материальными, информационными, финансовыми и другими потоками в непроизводственный период.  Объектом изучения в логистике распределения является материальный поток на стадии его движения от поставщика к потребителю.  Предметом изучения является организация рационального процесса физического продвижения товара к потребителю.  Состав задач распределительной логистики делится на два уровня — задачи внутренней и внешней распределительной логистики:  1) организации получения и обработки заказа;  2) планированию процесса реализации;  3) выбору вида упаковки, принятию решения о комплектации, а также организации выполнения других операций, непосредственно предшествующих отгрузке;  4) организации отгрузки продукции;  5) организации доставки и контролю за транспортировкой;  6) организации послереализационного обслуживания.  К задачам внешней распределительной логистике относят:  1) выбор архитектуры канала распределения;  2) организацию работы с участниками канала распределения (торговыми посредниками);  3) выбор стратегии распределения готовой продукции;  4) выбор стратегии ценообразования;  5) организацию мероприятий по продвижению продукции предприятия на рынок;  6) контроль за состоянием рынка продукции предприятия и анализ позиции предприятий целевых сегментах;  7) работу с клиентами и организаций послепродажного обслуживания.  3.2. Основные функции логистики распределения.  Основными функциями логистики распределения являются:  1) определение покупательского спроса и организация его удовлетворения;  2) установление хозяйственных связей по поставкам товаров, оказанию услуг потребителям;  3) построение организационной распределительных каналов;  4) накопление, сортировка и размещение запасов готовой продукции;  5) транспортировка готовой продукции, возвратной тары;  6) консолидация и рассредоточение товаров;  7) выбор рациональных форм товародвижения и организация торговли;  8) поддержание стандартов качества готовой продукции и логистического сервиса;  9) мониторинг и информационная поддержка распределения.  Эти функции можно разукрупнить по следующим блокам:  - функции обмена,  - физического распределения;  - поддерживающие. |
| **Тема 2.** Система распределения как часть интегрированной логистической системы.  Построение логистических систем обычно реализуются по следующему общему алгоритму:  1.Сбор и анализ необходимой информации для построения такой системы при соблюдении необходимых ограничений для ее функционирования.  2.Четкая формулировка цели и задачи создания системы, а также принимаемых при этом ограничениях.  3.Анализ недостатков существующих систем управления и возможных путей их устранения.  4.Определение данных о потребных входных и выходных материальных, финансовых и информационных потоках , циркулирующих между системой и внешней средой.  5.Разработка возможных вариантов создаваемой логистической системы при выборе наилучшего по установленному экономическому критерию.  6.Согласование интересов всех участников этой системы и документальное оформление между ними.  7.Детальная разработка концепций логистической системы с позиций макро и микрологистики. При изучении процессов в логистических системах возможно применение двух принципиально различных подходов. Один из них –локальный, другой – системный. Системный подход и системный анализ предполагают, что система сама по себе сложный объект, где необходимо учесть: 1) Тесную связь между обилием факторов, определяющих поведение этой структуры; 2) Неполную определенность поведения системы и особенно в процессе ее развития. Системный подход позволяет установить принципы, на основе которых разрабатываются логистические системы и осуществить внедрение в практику оптимизационное решение по общему для всей этой структуры критерию. Но с другой стороны, если эта система становится слишком громоздкой, ее невозможно реализовать с практической точки зрения. В этом случае целесообразно деление на ряд подсистем, а входную и выходную информацию в них учитывать в возможных оптимальных вариантах. Но в любом случае системный подход объединяет в рациональных соотношениях методы анализа и синтеза систем.  В основу построения логистических систем заложены четыре основные парадигмы: аналитическая, технологическая (информационная), маркетинговая и интегральная. Аналитическая парадигма представляет собой первоначальный классический подход к логистике как к теоретической науке, занимающейся проблемами управления материальными потоками в производстве и обращении. Примером концентрации исследований вокруг аналитической парадигмы являются американские университеты, где логистика - одна из основополагающих дисциплин. Аналитическая основана твердой теоретической базе, использующей при исследованиях методы и модели теории управления запасами, экономической кибернетики, математической статистики, теории массового обслуживания. В итоге разрабатывается сложная экономико-математическая модель, но реализовывать ее на практике трудно, а подчас и не имеет смысла. Поэтому применение таковой ограничено внутрипроизводственными процессами, где существует однотипная и не столь разнообразная исходная информация, и построение экономико-математической модели не вызывает особых затруднений. Для большинства фирм, заинтересованных в интегральном подходе к логистическим исследованиям, аналитическая парадигма неудобна. |
| **Тема 3.** Структура системы распределения.  Традиционно система распределения товаров делятся на два основных вида – вертикальные и горизонтальные. В отдельную группу также выделяют традиционная и многоканальные системы распределения. Традиционная система распределения формируется за счет независимого товаропроизводителя, одного или нескольких оптовых и розничных торговцев. Каждый из участников товара выступает в качестве самостоятельной организации, которая стремится к максимизации собственной прибыли даже если это не соответствует общим интересам системы распределения или интересам ее прочих участников. При подобной системе ни один из участников не имеет значительного контроля над другими. Вертикальные системы распределения состоят из производителя, а также одного либо нескольких посредников, которые действуют как одна система. На сегодняшний день порядка 70-80% рынка принадлежит вертикальным системам распределения товарной продукции. Существует три основных типа вертикальных систем распределения товара: корпоративные системы; договорные системы; управляемые вертикальные системы. В первом случае производство и распределение находится в единичном владении. Во втором случае между независимыми предприятиями существуют договорные отношения. В третьем случае производство и распределение товара координируется за счет крупных масштабов одной из фирм, входящей в состав участников системы распределения. Горизонтальные системы распределения товара строятся на том, что две или более независимых компаний объединяют ресурсы в целях реализации возможностей рынка, которые не посильны каждой из них по отдельности. Современный рынок состоит из множества каналов распределения и нескольких целевых сегментов. В виду этого все чаще компании начинают ориентироваться на использование многоканальных систем распределения. Система распределение товарной продукции может считаться многоканальной в том случае, если в одной и той же фирме для выхода на один либо несколько потребительских сегментов применяются два и более каналов распределения. Уровни каналов распределения товара. В общем смысле под уровнем канала распределения понимается рыночный посредник, выполняющий работу по приближению товара и прав собственности на него к конечным потребителям. Протяженность канала распределения определяется числом промежуточных уровней между производителем и потребителей, которые наряду с уровнями канала распределения являются его членами. Итак, существует четыре базовых типа канала распределения товара – нулевой, одноуровневый, двухуровневый и трехуровневый. Нулевой канал распределения не предполагает наличия посредников в процессе товародвижения. Иначе его называют каналом прямого маркетинга. В данном случае товаропроизводитель самостоятельно реализует свой товар конечному потребителю. Одноуровневый канал распределение предполагает наличие одного посредника, например, одного официального дилера. Двухуровневый канал распределения товарной продукции основан на участии в процессах товародвижения двух и более посредников. При этом речь идет об одновременном наличии оптовой и розничной торговли товарами. Трехуровневым канал распределения товарной продукции называется в том случае, если участие в нем принимают три посредника. Так, например, между оптовыми и розничными продавцами могут стоять мелкие оптовики. На практике могут встретиться и более протяженные каналы распределения. |
| **Тема 4.** Посредники в системе распределения.  При формировании канала распределения товара на первое место выдвигается решение о структуре канала, т.е. о количестве уровней канала и о конкретном составе членов канала. Необходимым условием возможности выбора канала распределения является наличие на рынке большого количества посредников.  Логистические посредники в каналах распределения выполняют определенные функции, которые укрупнено можно разделить на:  – функции (операции) физического распределения;  – функции обмена (купли-продажи);  – поддерживающие функции (стандартизации качества дистрибуции, финансирования, информационной поддержки, страхования рисков и т.п.).  Посредниками в операциях физического распределения выступают различные специализированные транспортные, экспедиторские, транспортно-экспедиторские фирмы, компании физического распределения, грузовые терминалы и терминальные комплексы, грузовые распределительные центры, предприятия по сортировке, затариванию и упаковке готовой продукции, грузоперерабатывающие и другие предприятия.  Среди посредников в дистрибуции, которые выполняют поддерживающие функции, можно выделить предприятия и учреждения финансового сервиса (банки, финансовые компании, клиринговые и расчетные центры и компании и т.п.), предприятия информационного сервиса (информационно-диспетчерские центры, вычислительные центры коллективного пользования, предприятия связи и телекоммуникаций и т.п.), страховые компании, учреждения стандартизации, лицензирования и сертификации и т.д.  Центральное место среди посредников в дистрибуции занимают торговые посредники, которые кроме непосредственно функций обмена (купли-продажи) товара могут выполнять и другие вышеперечисленные функции, например, транспортировку, экспедирование, страхование, грузопереработку, управление запасами, кредитно-финансовое обслуживание, предпродажный и послепродажный сервис и т.д.  Основными причинами, которые обуславливают использование торговых посредников при формировании логистических каналов и логистических цепей являются:  1) управление потоковыми процессами на основе логистической концепции требует наличия определенных финансовых, материальных, квалификационных и других ресурсов. Чем выше требования к эффективности управления, тем больше средств и ресурсов может понадобиться;  2) формирование оптимальной структуры логистических каналов и цепей, а также дальнейшее ее усовершенствование предусматривает наличие знаний и опыта в сфере конъюнктуры рынка о структуре товарных потоков, методов реализации и способов распределения.  Классификацию торговых посредников можно провести при объединении двух признаков:  – от имени кого работает посредник;  – за чей счет посредник проводит свои операции.  Можно выделить четыре типа торговых посредников: свое имя – свой счет, свое имя – чужой счет, чужое имя – свой счет, чужое имя – чужой счет  Дилеры – это оптовые, реже розничные посредники, которые осуществляют операции от своего имени и за свой счет. Товар закупается ими по договору поставки. Таким образом, дилер стает собственником продукции после полной оплаты поставки. Отношения между производителем и дилером прекращаются после выполнения всех условий договора поставки. Однако взаимоотношения производителя с дилерами, в последнее время, получают разнообразные формы из-за стремления производителей формировать вертикальные каналы распределения. При этом дилеры становятся собственниками привилегий, объединяя в своих руках ряд последовательных этапов процесса производства и распределения. В логистической цепочке дилеры расположены наиболее близко к конечным потребителям.  Различают два вида дилеров. Эксклюзивные дилеры являются едиными представителями производителя в данном регионе и наделены исключительными правами по реализации его продукции. Дилеры, которые сотрудничают с производителем на условиях франшизы, называются авторизованными. |
| **Тема 5.** Основные системы распределения.  Товаропроизводители при продвижении продукции сталкиваются в основном с двумя подвидами рынка: итоговыми потребителями продукции, посредниками, которые доставляют продукцию конечным потребителям.  Конечные потребители стремятся зачастую к получению продукции маленькими партиями с большой степенью ее готовности. Посредники, как правило, делают закупки большими партиями.  На практике фактическое распределение фирмы применяет и первый, и второй пути реализации продукции. При этом выделяют три главных типа отгрузки потребителю.  1. Прямые отгрузки из заводских запасов.  2. Прямые отгрузки с производственной линии.  3. Отгрузки через складскую систему.  Если отгрузки конкретному потребителю меньше оптимальных для прямых поставок, тогда используется система снабжения через склады, что позволяет снизить издержки по распределению и оптимизировать обслуживание.  Такие склады оказывают ряд услуг потребителю. Они превращаются в распределительные центры, собирающие запасы и обеспечивающие конкретный уровень обслуживания потребителей. Типичное продвижение продукции по каналам физического распределения выглядит таким образом: прямые отгрузки осуществляются потребителю или другой фирме со склада производителя или из запасов готовой продукции, к посредникам товар поступает также или из запасов, или со склада.  При работе такой схемы возможен возврат продукции на доработку обратно на производство, поэтому продвижение продукции в каналах распределения не всегда заканчивается в момент получения ее потребителем. |
| **Тема 6.** Методы сбыта готовой продукции.  Философия сбыта готовой продукции, как ключевой стадии обмена воспроизводственного процесса, нацелена на возмещение совокупных затрат изготовителя из полученного дохода в результате обмена готовой продукции на деньги. Именно инструменты маркетинга способствуют успешной реализации главной заповеди сбыта: «Производить исключительно то, что можно продать, и не пытаться продавать то, что уже произвели».  Службы сбыта за счет изучения спроса на корпоративную продукцию, формирования производственного ассортимента, разработки оптимальной цены продажи с учетом конкурентного окружения способствует созданию выгодного портфеля заказов, обеспечивающего финансовую устойчивость в целевом сегменте сбыта. Фундаментом философии сбыта становится четкая информация о том, какие товарные единицы и по какой цене пользуются повышенным спросом у потребителей и приносят максимальную отдачу на каждый рубль, вложенный в производственный процесс. |
| **Тема 7.** Основные технологии товародвижения в системе распределения.  Физическое распределение в каналах производится на основе «толкающего» и «тянущего» принципа товародвижения или их комбинирования.  Принцип «толкающей» организации физического распределения реализован в DRP-системе (Distribution requirements planning). Система DRP основывается на концепции RP (Requirements planning (Планирования потребностей/ресур­сов)) и содержательно представляет собой распространение идеологии системы MRP на управление каналами распределения.  Недостатками системы DRP являются:  • большая зависимость от точности прогнозирования поставок (спроса) участникам физического распределения;  · высокие требования к степени координации частных функциональных цик­лов логистики распределения (функциональных циклов логистики, связы­вающих участников физического распределения);  · значительный уровень страховых запасов.  Принцип «тянущей» организации физического распределения реализован  в системе DDT (Demand-driven Techniques (Реагирования на спрос)). Она  представляет собой модификацию концепции RP, содержание которой опре­деляет идея концентрации или быстрого пополнения запасов в точках рынка,  близких к прогнозируемому расширению спроса. Наиболее известным ее вариантом является концепция QR (метод «быстрого реагирования»). Реализа­ция этого метода осуществляется посредством мониторинга продаж в рознич­ной торговле (например, с помощью сканирования штрихкодов) и передачи  информации об объемах продаж торговым посредникам, а от них — производителям.  «Тянущий» принцип организации физического распределения наиболее пол­но реализуется при продаже товаров по предварительным заказам. |
| **Тема 8.** Взаимосвязь и взаимодействие логистики и маркетинга  Маркетинг и логистика рассматриваются как отдельные понятия и виды деятельности на предприятии. Но они тесно взаимосвязаны между собой.  Определение 1  Под маркетингом понимается концепция управления производством и реализации товаров, которая ориентирована на спрос. Маркетинг – это деятельность компании, которая заключается в удовлетворении потребностей потребителей.  Определение 2  Логистика – это тоже концепция, но управления материальными, информационными и другими потоками, которая ориентирована на эффективное применение средств и потенциала компании для физического перемещения продукции внутри предприятия и вне его в целях удовлетворения потребностей потребителей в транспортных и снабженческих услугах.  И маркетинг, и логистика удовлетворяют определенные потребности людей. Цели этих обоих понятий также пересекаются и имеют что-то общее.  Главная цель маркетинга заключается в производстве и продаж той продукции, которая необходима потребителю.  Основная цель логистики строится на правиле «7 Н», а именно обеспечения наличия «нужного» продукта в «нужном» количестве и «нужном» качестве в «нужном» месте в «нужное» время для «нужного» потребителя. Задачи маркетинга: изучение и анализ потребителей и товаров предприятия; анализ и прогнозирование состояния и развития рынков; участие в стратегическом и тактическом планировании деятельности предприятия; разработка новой продукции или услуг; оценка деятельности конкурентов; разработка товарного ассортимента; разработка ценовых стратегий; маркетинговые коммуникации; реализация товаров и услуг организации; осуществление постпродажного сервиса. Основные задачи логистики делятся на глобальные и частные. Глобальной задачей является достижение минимальных логистических затрат в условиях нестабильного рынка. также глобальными задачами считаются моделирование логистических систем. Частные или локальные задачи логистики: сокращение времени хранения продукции (уменьшение складских расходов и увеличение сбыта продукции); уменьшение времени перевозок (снижение транспортных расходов и быстрая доставка до потребителя); оптимальное распределение транспортных средств; быстрое реагирование на запросы потребителей; оперативная обработка и представление информации.  Особенности связи между маркетингом и логистикой Маркетинг и логистика чаще всего применяются в комплексе, что способствует получению преимуществ и маркетинга, и логистики. Оба вида деятельности на предприятии тесно переплетаются в рамках процесс удовлетворения запросов потребителей при оптимальных расходах. Функции маркетинга находятся на первом месте и дают ответы на вопрос: что необходимо? На втором месте стоят функции логистики, отвечающие на вопрос – как это сделать? Это говорит о том, что маркетинг и логистика – это равнозначные элементы одной системы, а именно системы реализации продукции. |
| **Тема 9.** Управление заказами как функция требующая межфункциональной координации.  Для выполнения заказов потребителей производитель должен уделять внимание не только внутреннему состоянию системы распределения, что имеет первоочередное значение в управлении заказами, но и состоянию дел в каналах распределения.  Это внимание касается постоянной координации и периодического пересмотра форм сотрудничества участников канала в соответствии с изменениями рыночной ситуации. Необходимость корректировки отношений возникает в случаях: снижения эффективности системы распределения; появления новых конкурентов и новых каналов распределения; изменения схемы совершения покупок потребителями; расширении рынков; переходе товара на  следующую стадию жизненного цикла.  Каналы распределения требуют изменения, если: добавляется или исключается канал распределения целиком; добавляются или исключаются отдельные участники канала; появляются совершенно новые способы продажи товара. Решение о корректировках и изменениях в каналах распределения принимается на основе анализа эффективности канала, в основе которого лежат  мониторинговые показатели, рассмотренные в предыдущей теме.  Канал распределения можно считать эффективным, если с его помощью достигнуты стратегические цели предприятия. Однако для этого нужно согласовывать стратегические цели предприятия и цели функциональных групп.  Важнейшим направлением в повышении эффективности выполнения заказов потребителей является кооперация посредников.  Кооперация позволяет объединить усилия фирм посредников, выполняющих одинаковые или разные логистические функции в системе распределения, для достижения цели на  своем сегменте рынка. Типичным примерок кооперации является объединение автоперевозчиков в ассоциации или союзы для проведения единой тарифной, инвестиционной с целью упрочения  своих позиций на рынке транспортных услуг. Другим примером может служить кооперация предприятия автоперевозчика с экспедитором и центром консолидации и распределения с целью захвата как можно большего участка распределительного канала товаропроизводителя и получения стабильной прибыли. Постоянные партнерские отношения между оптовыми торговцами и розничными посредниками в вертикальных каналах распределения тоже являются примером кооперации. Вместе с тем, между любыми партнерами в бизнесе возможны конфликты, которые связаны с несовпадением их целей.  Различают вертикальные, горизонтальные и многоканальные конфликты.  Вертикальный конфликт канала означает разногласия между участниками различных уровней одного и того же канала (производитель и дилер). Горизонтальные конфликты возникают  при проявлении разногласий между участниками, находящимися на одном и том же уровне канала. Если производитель имеет два и более канала распределения, которые конкурируют друг с другом за обслуживание одного и того же рынка, возникает межканальный конфликт. Подобные конфликты возникают, если участники одного из них практикуют снижение цен или соглашаются работать при меньшей норме прибыли.  Конфликт между производителем и дилерами может возникнуть, если производитель стремится к увеличению своей доли рынка за счет снижения цен, а например, дилер, наоборот, предпочитает высокую норму прибыли и стремятся к получению максимального дохода в краткосрочном периоде.  Причиной конфликта может быть, и нечеткое распределение ролей и прав участников канала (например, не определены территориальные границы сфер влияния партнеров).  Еще одной причиной возникновения конфликтов может быть различное восприятие действительности участниками канала (например, разное отношение к перспективам увеличения объемов сбыта и развития бизнеса).  При сильной зависимости посредников от производителей может возникнуть конфликт из-за невозможности свободного маневра посредников в каналах распределения.  Подобные взаимоотношения партнеров в каналах распределения значительно затрудняют обслуживание клиентов по выполнению их заказов. Поэтому производители стремятся устранить конфликты в рамках канала, предъявляя к результатам деятельности посредников определенные (а иногда специальные) требования.  Основным инструментом в управлении конфликтами является здоровая конкуренция. В конкурентной борьбе с лидерами посредники используют формы интеграции друг с другом и с товаропроизводителями.  Данные формы интеграции логистических посредников, как правило, ограничиваются антимонопольным законодательством.  Поэтому при проектировании каналов распределения и формировании системы сбыта необходимо учитывать: соотношение уровня сервиса дистрибьюции и логистических издержек; количество  +и цели логистических посредников в дистрибьютивной сети. Учет этих факторов позволит производителю разработать достоверный план по сбыту, используя систему DRP. |
| **Тема 10.** Логистические провайдеры в системе логистики распределения.  Логистика распределения непосредственно работает на конечных потребителей, в качестве которых, как правило, выступают предприятия розничной торговли и сферы обслуживания. Функционирование области распределения в ЛС имеет свои особенности в сравнении с другими областями. Ее характеризуют в общем случае следующие факторы:  • широкий ассортиментный перечень реализуемых товаров;  • минимизация запасов у конечных потребителей (страховые запасы), что требует осуществления частых поставок мелкими партиями;  • независимый спрос на товары, усложняющий управление запасами;  • повышение требований к гибкости обслуживания, связанное с возможностью незапланированных заказов;  • разветвленная складская сеть, максимально приближенная к потребителю;  • приоритет складской формы поставки перед транзитной для большинства видов товаров;  • сложность организации доставки конечным потребителям из-за наличия централизованной и децентрализованной систем поставок;  • значительное число посреднических структур.  В общем виде область распределения может охватывать таких контрагентов цепей поставок, как производители (сбыт начинается со складов готовой продукции и склада отходов) готовой продукции, выпускающие товар на рынок сбыта; торговые посредники; логистические посредники; банки; страховые компании; предприятия сферы обслуживания и розничной торговли и т.д. При этом именно данная область логистики включает большое число различных оптовых предприятий, осуществляющих широкий спектр функций и услуг.  Сложность системы распределения товаров определяется разнообразием цепей поставок, включающих в себя каналы разных уровней. Они предполагают активную посредническую деятельность, поглощающую иногда до 80% финансовых ресурсов фирм, и предъявляют высокие требования к координации и контролю над выполнением логистических операций. Реализация таких организационных форм требует формализации всех объектов, составляющих ЛС. Однако, например, оптовые предприятия торговли, через которые осуществляется более 30% объема реализации товаров, одновременно являются участниками различных участков цепей поставок (логистических сетей), действующих но своим законам, что значительно затрудняет выполнение корпоративных целей фокусной компании. Это распространяется на большинство участников цепи поставок.  Функционал логистики распределения включает следующие основные виды деятельности, но не исчерпывается ими:  • управление распределением материальных потоков при снабжении конечных потребителей;  • подготовка и поставка заказов в рамках функции управления заказами (логистическая составляющая);  • обслуживание клиентов посредством предоставления логистических услуг (логистический сервис);  • складирование и грузопереработка товарных запасов в сети распределения;  • транспортировка заказов потребителям;  • управление запасами в сети распределения;  • упаковка грузовой единицы в партии поставки;  • управление возвратом тары и дефектной продукции от потребителей.  Функции управления распределением, управления заказами и обслуживания конечных (внешних) клиентов характерны только для логистики распределения. При этом необходимо отметить, что реализация этих функций тесно связана с интересами смежных подразделений компании и выполнение их невозможно только силами отдела логистики. Эффективность осуществления указанных функций напрямую связана с результативностью деятельности компании и зависит от согласованности действий всех отделов, особенно закупки, маркетинга, продаж, а в производственных компаниях — и производственного отдела.  Согласованность действий по реализации логистических функций или бизнес-процессов внутри компании является основой межфункциональной логистической координации в компании, позволяющей повысить эффективность и результативность функционирования фирмы в целом. Эффективное продвижение материальных потоков в сети распределения требует межорганизационной логистической координации, обеспечивающей согласованность работы всех участников цепи поставок. |

**Методические указания для выполнения практических работ**

Цели и основные задачи СРС

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента подготовкой бакалавра с высшим образованием.

При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности. Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами СРС являются:

* систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
* углубление и расширение теоретических знаний;
* формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
* развитие познавательных способностей и активности студентов:
* творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
* формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
* развитие исследовательских умений;
* использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым экзаменам.

Виды самостоятельной работы

В образовательном процессе высшего профессионального образовательного учреждения выделяется самостоятельная работа – внеаудиторная.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

* формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
* написание рефератов;
* составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний;
* выполнение микроисследований;
* подготовка практических разработок;
* выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и т.д.;
* компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием

преподавателей являются:

* текущие консультации;
* коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренных учебным планом);
* прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
* выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом);
* выполнение учебно-исследовательской работы (руководство, консультирование);
* прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков);
* выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

**Тестовые задания по дисциплине**

**«Логистика распределения»**

**4 курс 7 семестр**

1. Логистика распределения - это:

а) управление транспортировкой и складированием товаров на основе эконометрического моделирования и компьютеризации;

б) отрасль логистики;

в) отрасль математике;

г) нет правильного ответа.

2. Товародвижение -это:

а) перевозка товаров по железной дороге;

б) сфера товарного обращения;

в) перемещение товаров в экономическом и географическом пространстве;

г) нет правильного ответа.

3. Каналом товародвижения является:

а) водный путь перевозки товара;

б) цепочка торговых посредников, через которых проходит товар;

в) маршрут движения товара в географическом пространстве.

4. Канал нулевого уровня включает:

а) только оптовых посредников;

б) только розничных посредников;

в) исключает участие посредников;

г) нет правильного ответа.

5. Канал косвенного маркетинга:

а) предусматривает участие посредников;

б) не предусматривает участие посредников;

в) предусматривает отсутствие отношений купли-продажи;

г) нет правильного ответа.

6. Оптовые торговые предприятия-это:

а) торговые посредники, занимающиеся куплей-продажей крупных партий товаров;

б) крупные магазины, продающие товар населению;

в) сеть складских помещений;

г) нет правильного ответа.

7. Дилеры - это:

а) лица, занимающиеся техническим обслуживанием автомобилей;

б) физические или юридические лица, закупающие товар у производителя и продающие его потребителю, а также занимающиеся послеторговым обслуживанием;

в) агенты производителя;

г) нет правильного ответа.

8. Отрицательная роль посредника на рынке:

а) принятие риска, связанного с хранением и продажей товара;

б) доставка товара потребителю;

в) анализ и оценка качества товара;

г) увеличение цены товара;

д) ослабление контроля производителя над рынком.

9. Маркетинговые решения розничного торговца:

а) решение о целевом рынке;

б) организация выборочного распределения товара на рынке;

в) складирование;

г) решение о товарном ассортименте и комплексе услуг;

д) решение о месте размещения предприятия;

е) транспортировка.

10. Предприятие распространяет одежду в тщательно отобранных специализированных магазинах. Оно использует сбытовую стратегию:

а) эксклюзивную;

б) вертикальную;

в) интенсивную;

г) выборочную.

11. Постановка каких целей не включает в себя сбытовая политика предприятия:

а) анализ возможных каналов распределения;

б) анализ требований покупателей;

в) анализ сбытовых издержек;

г) анализ конкурентов;

д) анализ рекламных агентств.

12. Если один продавец получает право продавать товар, то это форма сбыта:

а) интенсивная;

б) избирательная;

в) эксклюзивная;

г) интегрированная;

д) все ответы верны.

13. Укажите три основные формы специализации сбытовых организаций:

а) географическая, на базе групп скидок, на базе покупателей;

б) географическая, на базе продуктов, на базе покупателей;

в) географическая, на базе продуктов, на базе нормы прибыли;

г) географическая, на базе типов средств рекламы, на базе покупателей.

14. Канал распределения-это:

а) способ распространения рекламы;

б) совокупность организаций и/или лиц, принадлежащими производителю;

в) с помощью почты;

г) все ответы верны.

15. При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется:

а) коммивояжерами фирмы;

б) магазинами розничной торговли, принадлежащими производителю;

в) с помощью почты;

г) все ответы верны.

16. Широта канала распределения означает:

а) число посредников на одном уровне канале распределения;

б) количество реализуемых товарных групп;

в) число уровней канала распределения;

г) нет правильного ответа.

17. Сбытовая политика-это:

а) комплекс мероприятий, осуществляемый фирмой, который призван организовать движение потока товара конечному потребителю;

б) сбыт товара потребителю;

в) комплекс мероприятий по установлению покупательского спроса;

г) нет правильного ответа.

18. Розничный торговец-это:

а) лицо (предприятие), приобретающее значительные количества товаров у различных производителей;

б) физическое или юридическое лицо, которое разделяет крупные партии товаров или услуг на меньшие с целью перепродажи покупателям;

в) лицо (предприятие), непосредственно сбывающее относительно большое количество товаров конечному потребителю и приобретающее товар либо у оптовика, либо у производителя;

19. Брокер-это:

а) работник по договору с предприятием-продавцом, ведущий операции за его счет;

б) торговый посредник, организующий продажу товара, не приобретая его в собственность;

в) лицо, имеющее склад с товарами, которые оно продает от своего имени, но за счет предприятия-производителя;

г) нет правильного ответа.

20. Что не является функцией сбыта:

а) упаковка товара;

б) организация транспортировки товаров;

в) помощь посредникам в организации эффективной продажи товаров;

г) изучение покупательского спроса.

21. Избирательный вид распределения включает в себя товары:

а) товары, покупка которых требует предварительного выбора;

б) товары массового спроса;

в) дифференцированные товары высокого качества;

г) нет правильного ответа.