

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

«28» мая 2022г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Б1.В.15 РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ И ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ
В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ**

Направление подготовки/специальность: 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде

Форма обучения : очная, заочная

Квалификация: МАГИСТР

Краснодар 2022

Рабочая программа дисциплины Б1.В.15 РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 38.04.06 «Торговое Дело».

Программу составил(и):

Е.В. Шевченко

канд. экон. наук, доцент

кафедры маркетинга и торгового дела

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 6 от 22.04.2022 г.

Заведующий кафедрой

_____ А.Н. Костецкий

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол УМК № 11 от 17.05.2022 г.

Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук. проф.

_____ Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

Лопарев Р.В., директор ООО «ФИНЭКСПЕРТ-АУДИТ».

Сидоров В.А., доктор экономических наук, профессор кафедры теоретической экономики ФГБОУ ВО «КубГУ».

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний и умений, необходимых для разработки распределительно-логистических систем в онлайн-торговле и эффективного управления каналами сбыта, достижения стратегических целей распределения, грамотного применения навыков и знаний в построении распределительной сети или осуществлении дистрибьюторской деятельности в торговле.

1.2 Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- показать, какую роль играют распределительно-логистические системы в онлайн-торговле, а также в маркетинговой деятельности предприятия;
- научить анализировать рыночные позиции компании с точки зрения их влияния на систему распределения;
- научить выбирать форму каналов распределения в онлайн-среде и разрабатывать их структуру в соответствии с маркетинговой стратегией компании;
- изучить формы контроля над деятельностью распределительно-логистических систем в онлайн-среде и оценивать эффективность системы распределения на основе имеющихся на данный момент времени методик;
- научить управлять системой распределения в рамках прямого маркетинга и партнерской сети для достижения максимального эффекта от коммерческой деятельности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Распределительно-логистические системы в онлайн-торговле» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение курса «Распределительно-логистические системы в онлайн-торговле» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Распределительно-логистические системы в онлайн-торговле» базируется на дисциплинах «Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью», «Оmnikanальные системы розничной торговли». В свою очередь дисциплина «распределительно-логистические системы в онлайн-торговле» является базой для изучения таких дисциплин как «Партнерские отношения и программы в интернет».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	Знает: <ul style="list-style-type: none">- состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на формировании логистических цепей и схем в торговых организациях- принципы разработки, внедрения и совершенствования системы ценообразования на предприятии Умеет:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ логистических процессов и изыскивать оптимальные распределительно-логистические системы в офлайн- и онлайн- торговле - проводить оценку эффективности системы ценообразования на предприятии и формировать ценовую политику в коммерческой организации <p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - опытом организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи товаров; - навыками совершенствования системы ценообразования на предприятии
ИПК-2.3. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объективную сущность и логику построения и управления распределительно-логистическими системами с учетом выбора деловых партнеров; - характеристику и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий проведения деловых переговоров, заключения договоров с участниками распределительно-логистических систем; - идентифицировать проблемы в распределительно-логистических системах предприятия и находить пути их решения; <p>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования системы рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов; - опытом выбора и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Форма обучения			
	очная		очно-заочная	заочная
	X семестр (часы)	X семестр (часы)	X курс (часы)	1 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:				16
Аудиторные занятия (всего):				
занятия лекционного типа				4
лабораторные занятия				
практические занятия				
семинарские занятия				8

Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)				3,8
Промежуточная аттестация (ИКР)				0,2
Самостоятельная работа, в том числе:				92
Подготовка к семинарским и практическим занятиям				28
Проработка тестов				20
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, рефератов)				30
Выполнение итогового проекта в рабочих группах				12
Контроль:				0,2
Подготовка к зачету				
Общая трудоемкость	час.			108
	в том числе контактная работа			12,2
	зач. ед			3

2.2 Содержание дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 1 курсе (*заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Сущность и роль распределительно-логистических систем в деятельности современных компаний	14	2			12
2	Выбор и виды каналов распределения в онлайн-торговле	14		2		12
3	Основные типы и характеристика торговых посредников	12		2		10
4	Управление продажами в рамках прямого маркетинга	16				16
5	Формирование и организация системы дистрибуции в онлайн-торговле	14		2		12
6	Особенности алгоритмов организации распределительно-логистических систем торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	16	2			14
7	Оценка эффективности распределительно-логистических систем в онлайн-торговле	18		2		16
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		104	4	8		92
Контроль самостоятельной работы (КСР)		3,8				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма контроля
1	2	3	
1	Сущность и роль распределительно-логистических систем в деятельности современных компаний	Факторы, влияющие на распределительно-логистическую систему. Сущность стратегического управления системой распределения. Современные сбытовые стратегии. Условия применения отдельных сбытовых стратегий. Анализ внешней и внутренней среды компании для целей стратегического планирования системы распределения. Выбор сбытовой стратегии. Сущность стратегического планирования распределения в системе сбыта.	Вопросы для обсуждения
2	Выбор и виды каналов распределения в онлайн-торговле	Сущность и основные характеристики каналов распределения. Формы каналов распределения в онлайн-торговле. Преимущества и недостатки вертикального и горизонтального каналов распределения. Взаимосвязь между сбытовой стратегией и каналом распределения. Факторы, определяющие выбор канала распределения. Функции каналов распределения. Процедура принятия решения по выбору канала распределения. Типы связей и синергетических типов взаимоотношений поставщика и посредника в канале, преимущества их успешных отношений. Петли эффективности канала. Выбор оптимального варианта канала товародвижения. Количественные и качественные критерии.	Вопросы для обсуждения Тест
3	Основные типы и характеристика торговых посредников	Сущность и современные формы торгового посредничества. Функции посредников в канале сбыта. Основные виды торговых посредников и их функции в канале распределения. Комплексный анализ потенциальных торговых посредников для построения дистрибуции. Принципы построения дистрибуторской сети. Современные способы организации дистрибуторской сети. Подготовка и проведение переговоров о сотрудничестве. Техника переговоров: как добиться положительного ответа сети.	Вопросы для обсуждения Реферат
4	Управление продажами в рамках прямого маркетинга	Организация процесса продаж на предприятии. Управление продажами на принципах маркетинга. Маркетинг прямых продаж. Планирование, контроль, организация труда и оплаты сбытового персонала (менеджеров по продажам). Customer Relations Management (CRM) – Система поддержания связей с клиентами. Создание системы лояльности клиентов к фирме. Стимулирование продаж. Построение эффективной системы продвижения товаров и услуг. Правила взаимодействия с клиентом. Мотивация клиентов на совершение покупок. Методы повышения эффективности продаж.	Вопросы для обсуждения Реферат
5	Формирование и организация системы дистрибуции в онлайн-торговле	Цели создания партнерской сети. Факторы, определяющие выбор канала дистрибуции в онлайн-торговле. Влияние стратегии сбыта на систему дистрибуции. План формирования маркетинговых каналов	Вопросы для обсуждения Реферат
	Особенности алгоритмов организации рас-	Особенности планирования и перемещения готовой продукции в офлайн-пространстве. Цифровизация как главный тренд построения распределительно-логистических	Вопросы для обсуждения

6	пределительно-логистических систем торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	систем на предприятии. Особенности организации продаж в онлайн-среде. Логистика для e-commerce.	Реферат
7	Оценка эффективности распределительно-логистических систем в онлайн-торговле	Система критериев для оценки эффективности работы распределительно-логистической системы в онлайн-среде. Методы анализа эффективности работы торговых партнеров. Баланс сил в канале распределения. Оценка экономической эффективности каналов дистрибуции: индексы EVA, DPP, количественная, качественная, взвешенная дистрибуция, индекс проникновения. Расчет эффективности программ Consumer Promotion. Измерение уровня общественной полезности канала распределения: комплексная оценка качества обслуживания.	Вопросы для обсуждения

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование темы	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Сущность и роль распределительно-логистических систем в деятельности современных компаний	Факторы, влияющие на распределительно-логистическую систему. Сущность стратегического управления системой распределения. Современные сбытовые стратегии. Условия применения отдельных сбытовых стратегий. Анализ внешней и внутренней среды компании для целей стратегического планирования системы распределения. Выбор сбытовой стратегии. Сущность стратегического планирования распределения в системе сбыта.	Вопросы для обсуждения
2	Выбор и виды каналов распределения в онлайн-торговле	Сущность и основные характеристики каналов распределения. Формы каналов распределения в онлайн-торговле. Преимущества и недостатки вертикального и горизонтального каналов распределения. Взаимосвязь между сбытовой стратегией и каналом распределения. Факторы, определяющие выбор канала распределения. Функции каналов распределения. Процедура принятия решения по выбору канала распределения. Типы связей и синергетических типов взаимоотношений поставщика и посредника в канале, преимущества их успешных отношений. Петли эффективности канала. Выбор оптимального варианта канала товародвижения. Количественные и качественные критерии.	Вопросы для обсуждения
3	Основные типы и характеристика торговых посредников	Сущность и современные формы торгового посредничества. Функции посредников в канале сбыта. Основные виды торговых посредников и их функции в канале распределения. Комплексный анализ потенциальных торговых посредников для построения дистрибуции. Принципы построения дистрибьюторской сети. Сове-	Вопросы для обсуждения Практическое задание

		менные способы организации дистрибьюторской сети. Подготовка и проведение переговоров о сотрудничестве. Техника переговоров: как добиться положительного ответа сети.	Реферат
4	Управление продажами в рамках прямого маркетинга	Организация процесса продаж на предприятии. Управление продажами на принципах маркетинга. Маркетинг прямых продаж. Планирование, контроль, организация труда и оплаты сбытового персонала (менеджеров по продажам). Customer Relations Management (CRM) – Система поддержания связей с клиентами. Создание системы лояльности клиентов к фирме. Стимулирование продаж. Построение эффективной системы продвижения товаров и услуг. Правила взаимодействия с клиентом. Мотивация клиентов на совершение покупок. Методы повышения эффективности продаж.	Вопросы для обсуждения Реферат
5	Формирование и организация системы дистрибуции в онлайн-торговле	Цели создания партнерской сети. Факторы, определяющие выбор канала дистрибуции в онлайн-торговле. Влияние стратегии сбыта на систему дистрибуции. План формирования маркетинговых каналов	Вопросы для обсуждения Реферат
6	Особенности алгоритмов организации распределительно-логистических систем торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	Особенности планирования и перемещения готовой продукции в офлайн-пространстве. Цифровизация как главный тренд построения распределительно-логистических систем на предприятии. Особенности организации продаж в онлайн-среде. Логистика для e-commerce.	Вопросы для обсуждения Реферат
7	Оценка эффективности распределительно-логистических систем в онлайн-торговле	Система критериев для оценки эффективности работы распределительно-логистической системы в онлайн-среде. Методы анализа эффективности работы торговых партнеров. Баланс сил в канале распределения. Оценка экономической эффективности каналов дистрибуции: индексы EVA, DPP, количественная, качественная, взвешенная дистрибуция, индекс проникновения. Расчет эффективности программ Consumer Promotion. Измерение уровня общественной полезности канала распределения: комплексная оценка качества обслуживания.	Вопросы для обсуждения

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
---	---------	---

1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
5	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Распределительно-логистические системы в онлайн-торговле».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, вопросов для обсуждения, рефератов, ситуационных задач и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	Знает: - состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на формирование логистических цепей и схем в торговых организациях - принципы разработки, внедрения и совершенствования системы ценообразования на предприятии	<i>Вопросы для обсуждения Тест</i>	<i>Вопросы на зачете Тест</i>
2	ИПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	Умеет: - проводить анализ логистических процессов и изыскивать оптимальные распределительно-логистические системы в офлайн- и онлайн- торговле - проводить оценку эффективности системы ценообразования на предприятии и формировать ценовую политику в коммерческой организации	<i>Вопросы для обсуждения</i>	<i>Вопросы на зачете Тест</i>
3	ИПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - опытом организации и планирования материально-техническое обеспечения предприятия, закупки и продажи товаров; - навыками совершенствования системы ценообразования на предприятии	<i>Вопросы для обсуждения Реферат</i>	<i>Вопросы на зачете Тест</i>
4	ИПК-2.3. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	Знает: - объективную сущность и логику построения и управления распределительно-логистическими системами с учетом выбора деловых партнеров; - характеристику и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов;	<i>Вопросы для обсуждения Тест</i>	<i>Вопросы на зачете Тест</i>
5	ИПК-2.3. Разрабатывает, внедряет и совершенствует	Умеет: - использовать инструментарий проведения деловых переговоров, заключения	<i>Вопросы для обсуждения</i>	<i>Вопросы на зачете Тест</i>

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
	систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	договоров с участниками распределительно-логистических систем; - идентифицировать проблемы в распределительно-логистических системах предприятия и находить пути их решения;		
6	ИПК-2.3. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - навыками формирования системы рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов; - опытом выбора и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы	<i>Вопросы для обсуждения Реферат</i>	<i>Вопросы на зачете Тест</i>

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Образцы тестов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

1. В функции канала распределения не входит:

- а) стимулирование сбыта.
- б) сбор информации о текущем состоянии рынка.
- в) складирования товарной продукции.
- г) нет верного ответа.

2. С увеличением числа посредников в каналах распределения конечная цена на товар:

- а) не изменяется
- б) увеличивается, за счет торговых наценок
- в) уменьшается, за счет увеличения числа возможных потребителей
- г) не зависит от числа посредников

3. В качестве недостатка прямого канала распространения рекламы можно указать?

- а) конфиденциальность обращения
- б) высокую стоимость обращения в расчете на один контакт
- в) консервативность аудитории
- г) все ответы верны

4. Физическое распределение товара означает?

- а) продажу его через посредников

- б) транспортировку и хранение
- в) безвозмездную передачу товара клиенту
- г) все ответы верны

5. Интенсивное распределение товара осуществляется?

- а) поставками в сеть специализированных магазинов
- б) через большое число торговых точек массового назначения
- в) путем поставки товара непосредственно потребителю
- г) правильного ответа нет

6. Канал распределения – это?

- а) способ распространения рекламы
- б) совокупность организации и или лиц, принадлежащих производителю
- в) с помощью почты
- г) все ответы верны

7. 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

8. Ширина канала распределения означает?

- а) число посредников на одном уровне канала распределения
- б) количество реализуемых товарных групп
- в) число уровней канала распределения
- г) все ответы верны

9. Товародвижение – это:

- а) транспортное перемещение товара;
- б) сфера товарного обращения;
- в) перемещение товаров в экономическом и географическом пространстве;
- г) продвижение товара.

10. Наиболее протяженный канал распределения выбирается в случае, если:

- а) присутствует большое количество мелких производителей и розничных торговых точек;
- б) распределяются крупногабаритные товары;
- в) крупная торговая фирма может закупать большие партии товаров;
- г) производитель принимает на себя посреднические функции.

11. Посредники, имеющие право действовать от имени производителя, называются:

- а) брокеры;
- б) мелкооптовые поставщики;
- в) оптовые торговцы;

г) промышленные дистрибьюторы.

12. Посредники выполняют следующие функции:

- а) ведение деловых операций;
- б) логистические функции;
- в) обслуживающие функции;
- г) все ответы верны.

13. Большая согласованность между участниками канала товародвижения достигается при:

- а) конвенциональном канале товародвижения;
- б) вертикальной маркетинговой системе;
- в) посреднической форме;
- г) горизонтальной координации.

14. Многие фирмы целью товародвижения ставят:

- а) обеспечение максимального сервиса для клиентов;
- б) минимизацию издержек по распределению товара;
- в) обеспечение доставки товаров в нужное место с минимум издержек;
- г) поддержание больших товарных заказов, наличие большого числа складов.

15. Любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара к конечному потребителю, представляет:

- а) сегмент канала распределения;
- б) уровень канала распределения;
- в) сектор канала распределения;
- г) луч канала распределения.

16. Фирма выберет, скорее всего, прямой канал сбыта, если:

- а) поставляет продукцию по предварительным заказам;
- б) количество товара большое, а потребители расположены на большой территории;
- в) решено, сбыта товар на новый рынок;
- г) выпускает широкий ассортимент товаров для многих потребителей;
- д) решено контролировать всю свои маркетинговую программу.

17. Система товародвижения — это:

- а) комплекс услуг, связанных с сервисным обслуживанием клиентов;
- б) комплекс организаций или лиц, обеспечивающих перемещение грузов от производителя до потребителя в пространстве и времени;
- в) система стимулирования сбыта готовой продукции;
- г) транспортная система в стране и регионе.

18. Количество прямых контактов потребителей с производителями продукции с помощью посредников:

- а) увеличивается;
- б) сокращается;
- в) не изменяется;
- г) сокращается в два раза.

19. Мерой экономической эффективности распределительно-логистической системы служит:

- а) скорость исполнения заказа;
- б) отношение затрат и результатов;
- в) уровень обслуживания потребителей;
- г) величина затрат на организацию товародвижения.

20. Посредник, который выступает на рынке от имени и за счет продавца:

- а) брокер;
- б) торговый дом;
- в) комиссионер;
- г) агент.

21. С позиции маркетинга Интернет выступает:

- а) формой маркетинговых коммуникаций;
- б) формой прямого маркетинга;
- в) формой личной продажи;
- г) звеном канала сбыта.

22. Виды торговли, которые относятся к прямому маркетингу:

- а) по каталогам;
- б) через склады дистрибьюторской фирмы;
- в) через торговые автоматы;
- г) продажа по телефону.

23. Соответствие установите между элементами и содержанием системы управления распределением:

Критерии системы.

Прямой канал.

Косвенный канал.

Уровень канала.

А. Перемещение товара без участия посредников.

Б. Оценка спроса, характеристика потребителей, предприятия, товара, конкуренции.

В. Количество посредников при организации канала продвижения.

Г. Перемещение товара с использованием услуг различных посредников.

24. Факторы, с учетом которых осуществляется обоснование каналов распределения:

- а) поиск выгодных интересов;
- б) оценка спроса и состояния системы товародвижения;
- в) количество посредников;
- г) совокупные затраты на организацию товародвижения.

25. Основа для успешной деятельности сетевого маркетинга:

- а) создание сети продавцов, реализующих небольшое количество товара среди своих знакомых;
- б) получение максимальной прибыли с единичной продажи;

- в) реализация большого объема товара каждым распространителем;
- г) борьба с конкурентами.

26. Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем:

- а) покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для последующей перепродажи;
- б) покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для личного пользования;
- в) покупателями оптовой торговли являются только организации;
- г) покупателями оптовой торговли являются дистрибьюторы.

27. Вид деятельности, который относится к оптовой торговле:

- а) приобретение ящика яблок на овощной базе для заготовок на зиму;
- б) проведение переговоров брокером с производителем в целях заключения договора о поставке партии железобетона одной из строительных организаций;
- в) проведение фирмой банкета на 150 персон с полным обслуживанием в кафетерии;
- г) транспортировка газа.

Темы рефератов

1. Значение и место распределительной логистики в логистической системе.
2. Задачи исследований в распределительной логистике на макро- и микроуровне.
3. Использование Интернет в целях продажи на рынке товаров и услуг.
4. Типы промышленных торговых посредников.
5. Как эффективная форма коммерческой коммуникации.
6. Тенденции и перспективы развития логистики и управления цепями поставок в российской экономике.
7. Этапы развития и современное состояние логистики. Смена парадигм в эволюции логистики и управления цепями поставок.
8. Системный и кибернетический подход в коммерческой логистике.
9. Современный рынок логистических услуг.
10. Основные логистические функции и их распределение между различными участниками логистического процесса.
11. Посредничество в распределении и логистике.
12. Служба логистики и распределения на предприятии: место в организационной структуре управления, основные функции, взаимосвязь с другими службами. Уровни развития логистики на фирмах.
13. Применение современных технологий при осуществлении закупок («электронное снабжение», B2B, B2C).
14. Информационные технологии и автоматизация снабженческой деятельности на предприятии.
15. Понятие распределительно-логистического сервиса и его роль в конкурентоспособности предприятия. Алгоритм формирования системы логистического сервиса.
16. Взаимодействие служб логистики и маркетинга на предприятии.

Вопросы для проведения зачета по дисциплине

1. Объект и предмет распределительно-логистической системы.
2. Виды и функции каналов сбыта в офлайн- и онлайн торговле.
3. Типы посредников и их характеристика.
4. Базовые стратегии охвата рынка и их взаимосвязь с распределительно-логистической системой.

5. Факторы, влияющие на конфигурацию каналов распределена в торговле.
6. Вертикальные маркетинговые системы и их особенности.
7. Достоинства и недостатки различных организационных структур отдела продаж.
8. Основные типы продаж и факторы, влияющие на выбор структуры продаж.
9. Географическая, товарная, товарно-операционная, товарно-функциональная специализация, рыночная специализация, специализация по типам клиентов, организация на основе новых и имеющихся клиентов, организация по кластерам потребительского поведения.
10. Основные типы торгового персонала в онлайн-среде.
11. Основные функции менеджера по продажам в онлайн-торговле.
12. Основные функции руководителя отдела продаж.
13. Управленческие навыки и личные качества руководитель отдела продаж.
14. Подбор, оценка и наем торгового персонала для онлайн-продаж.
15. Задачи и функции посредников в каналах распределения.
16. Технологии поиска и привлечения клиентов (технология первого исходящего звонка клиенту, анкеты, стандарт презентации, коммерческое предложение и т.д.).
17. Внутренние документы (планы продаж, внутренние прайс-листы, личные рабочие журналы, статистика коммерческой работы с клиентами).
18. Взаимодействие служб продаж с крупными клиентами.
19. Особенности формирования каналов сбыта в онлайн-среде.

Критерии оценивания результатов обучения

В состав итогового зачетного задания входят следующие виды контрольных заданий:

1. Теоретический вопрос;
2. Тест.

Экзаменатору предоставляется право задавать дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы.

Критерии итоговой оценки:

- «зачтено» выставляется студенту, если он осознанно демонстрирует весь набор знаний, предусмотренных перечнем компетенций по предмету в рамках вопросов к зачету, ответил правильно не менее, чем на 65% тестовых вопросов, комплексно отражающих базовый набор знаний по всем компетенциям курса; решил правильно или с небольшими погрешностями расчетно-графическое задание; способен проиллюстрировать теоретические знания практическими примерами; ответил на дополнительные вопросы (допускаются не-большие погрешности в ответе);

- «не зачтено» выставляется студенту, если он затрудняется продемонстрировать базовый набор знаний, предусмотренных перечнем компетенций по предмету в рамках вопросов к зачету, дал правильные ответы менее, чем на 45% тестовых вопросов, комплексно отражающих базовый набор знаний по всем компетенциям курса; не решил расчетно-графическое задание; затрудняется проиллюстрировать теоретические знания практическими примерами; не ответил на дополнительные вопросы;

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене (зачете);

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

1. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Голов, Р. С. Организация производства, экономика и управление в промышленности: учебник / Р. С. Голов, А. П. Агарков, А. В. Мыльник. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 858 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573448>

2. Куценко, Е. И. Логистика. Практикум: учебное пособие для вузов / Е. И. Куценко, Л. Ю. Бережная. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04441-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470514> (дата обращения: 06.10.2021).

3. Михайлова, О. П. Маркетинговая диагностика в управлении промышленным предприятием / О. П. Михайлова; Оренбургский государственный университет. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2017. – 2013 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481779>

4. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 472 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13680-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468911>.

5.2. Периодические издания

1. «Маркетинг». Периодический журнал.
2. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>
3. «Маркетинг и маркетинговые исследования»
4. «Практический маркетинг»

5. «Управление продажами».

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/private_labels.htm Интернет-ресурс
2. <http://sayrius.livejournal.com/6210.html> Интернет-ресурс
3. <http://www.m-20.ru/review.php?gr=3&id=497> Интернет-ресурс
4. <http://www.real-business.ru/articles/324.html> Интернет-ресурс
5. <http://www.zbiz.ru/index.php?razd=331&word=27868> Словарь бизнес-терминов
6. <http://www.training-world.ru/business/brand/317/> Интернет-ресурс
7. <http://www.glossostav.ru/word/636/> Словарь маркетинговых терминов

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;

7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.uceba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий [http://mschool.kubsu.ru/](http://mschool.kubsu.ru;);
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Для подготовки к занятиям студентам необходимо пользоваться руководством в зависимости от типа предстоящего занятия, разработанные и утвержденные на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>

Варианты методических указаний, необходимых для успешного освоения дисциплины «Распределительно-логистические системы в онлайн-торговле»:

- Общие рекомендации по самостоятельной работе обучающихся;
- Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям;
- Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям;
- Методические рекомендации по подготовке эссе и рефератов для выступления на семинарских занятиях.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории и кабинеты.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus